

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERU

**La muerte como espectáculo en la prensa escrita
sensacionalista: los casos de “El Chino” y “Ojo”**

Tesis para optar por el Título de Licenciatura en Antropología

Asesor: Alexander Huerta-Mercado

José Carlos Reaño Hurtado

Martes, 24 de Mayo del 2016



ÍNDICE

	Pág.
1. Introducción.....	2
1.1. Justificación.....	5
1.2. Problema/Pregunta.....	6
1.3. Subtemas.....	6
1.4. Objetivos.....	7
1.5. Metodología.....	9
1.6. El campo.....	10
1.7. Estado de la cuestión.....	11
1.8. Marco teórico.....	15
2. Descarga de campo.....	22
2.1. El Chino.....	22
2.2. Ojo.....	33
3. Descripción del proceso de construcción de noticias espectaculares.....	40
3.1. Primera fase: la selección.....	40
3.2. Segunda fase: el recojo.....	47
3.3. Tercera fase: la base.....	50
4. Criterio de selección de la noticia.....	55
5. Reporteros en el campo.....	61
5.1. Estar ahí.....	61
5.2. De reciprocidad generalizada y bienes escasos.....	62
5.3. Contactos Policiales.....	64
5.4. Los deudos: de consumidores a actores.....	66
6. Presentación de la noticia.....	68
6.1. Semejanzas y diferencias con la oferta sensacionalista televisiva.....	68
6.2. La sección policial.....	71
6.3. Casos abiertos y cerrados.....	74
6.4. Público imaginado.....	77
6.5. Cambios espectaculares.....	79
7. Conclusiones.....	83
8. Bibliografía.....	87
9. Anexos.....	90
10. Balance de la ejecución del trabajo de campo.....	96

1) INTRODUCCIÓN

El bombardeo mediático de noticias espectaculares sobre la muerte es un fenómeno cultural y comunicativo en ebullición en el Perú de hoy. No pasa un solo día sin que aparezca en algún medio audiovisual o escrito una noticia que cuente la tragedia del deceso de una persona. Noticieros televisivos despiertan a miles de espectadores con los accidentes que dejó la madrugada. Portadas rimbombantes atraen a miles de transeúntes que detienen su caminar frente a algún quiosco para saber cómo se manifiesta la muerte aquel día. La muerte ronda por el imaginario de millones de consumidores gracias a los productores de estas historias que presentan a la muerte como un espectáculo cotidiano y masivo. La prensa sensacionalista escrita en nuestro país, también conocida como “chicha”, existe desde hace varias décadas. Muy pocos estudios revelan cómo se sostiene este círculo vicioso de producción/consumo en el tiempo. ¿Ha habido algún cambio en los últimos 20 años? ¿Cuáles muertes son contadas y cuáles no? ¿Cómo se convierte una muerte en mercancía?

La gran mayoría de diarios (serios y sensacionalistas) cuentan con una sección policial especializada en casos de crímenes y accidentes. Pero esto no fue siempre así. Según Jorge Salazar en “Historia de la noticia: Un siglo de homicidios en el Perú”, tuvo que pasar una década del siglo XX para que la llamada “crónica roja” se institucionalizara y existiera una sección policial como tal en los principales diarios del país. Esto no quiere decir que antes no se reportaran las diferentes muertes. Existía un incipiente género policial en muchos de ellos, como por ejemplo en el primer tabloide llamado “La Crónica”, el cual se ganó el apelativo de “la mentirosa” por exagerar la información en dicha sección. Lo que va a variar con el proceso de urbanización e industrialización es la frecuencia de los crímenes y, sobretodo, su peso en la oferta informativa de los medios masivos.

Antes de este cambio, este tipo de noticias ocupaba secciones periféricas en los diarios, y su presencia no era muy numerosa. Ni siquiera existían reporteros especializados en el tema. “Estas notas periodísticas serán mayormente

descriptivas y tienen como base fundamental los informes y partes policiales. La iniciativa periodística personal y la investigación prácticamente no existen.” (Salazar 1996: 14)

A principios de dicha década, periódicos como “La Prensa” le empiezan a otorgar una mayor relevancia a esta clase de noticias. Se le da un espacio propio en la parte posterior de los diarios. Algunas incluso se anuncian en la primera plana. La misma presentación varía: “...el interés de una noticia es propuesto por el periodista, y la atención del público depende mucho del tratamiento, de la manera de exponer los hechos.”(Gargurevich 2002: 65). De esta forma homicidios, suicidios y accidentes pasan a ser relatados diariamente desde una sección especializada y, sobre todo, se empieza a capitalizar el interés “morboso” del público, generando así una conexión fundamental entre la forma de la oferta noticiosa y la demanda de los consumidores.

En la década de los 40s, una ola migratoria del interior del país hacia la capital modificó para siempre el panorama de la ciudad. Para el año 1950, Lima había duplicado su población. La cultura popular urbana sufriría grandes cambios producto de la convivencia de personas de distintas partes del país. Cambian las tradiciones, cambia la música, cambia el lenguaje. Se generan, así, nuevas formas de comunicación. El 13 de enero de 1950, varios periodistas de “La Prensa” aprovechan el contexto social para fundar el primer *tabloide* o diario sensacionalista en el Perú. Costaba 40 centavos y tenía 16 páginas. Su primera portada contaba con una fotografía de un caballo muerto que anunciaba el deceso del popular animal del mundo de la hípica. El uso de las jergas del momento y un giro en el objetivo de la publicación atraerían al nuevo público y modificaría la tradición periodística. En los 60’s nacerían más tabloides como “Expreso”, “Extra” y “Ojo”; y, en los 80s, “El Popular”.

De esta tradición surgen en los años 90s los famosos diarios *chicha*, los cuales incluyen portadas muy coloridas, además de fotos de una que otra *vedette*. En esta década proliferaron los tabloides de poca duración (más de una docena).

Perduraron en el tiempo varios diarios, algunos hasta hoy vigentes como “Ajá”, “Extra”, “El popular”, “El Chino”, etc.

Aquí un paréntesis para hacer un escueto balance histórico inicial. En el caso peruano, vemos una relación directamente proporcional entre la modernización del país y la complejidad de las muertes que luego serán relatadas en los medios. Mientras más urbanizado el lugar, más macabras son las muertes. No obstante, a comparación de otros países (donde existen los asesinatos en serie, por ejemplo), nuestra costumbre homicida está, por así decirlo, dando sus primeros pasos. El 90% de los homicidios son domésticos, es decir, que las víctimas son personas allegadas al victimario, ya sea un pariente o la pareja sentimental. No sorprende, entonces, que gran número de las víctimas de asesinatos son mujeres, e incluso niños.

Otra cuestión a resaltar es que mucha gente relaciona desde hace mucho al delito y al crimen con la pobreza y la mala educación. Relación que queda desmentida hoy en día al conocer algunos de los últimos casos emblemáticos en la ciudad de Lima como los de Walter Oyarce, Giuliana Llamoya, Eva Bracamonte, Clímaco Basombrío, entre otros, quienes provienen de familias de nivel socioeconómico medio alto. La creciente frecuencia con la que gente “bien acomodada” se ve envuelta en estas situaciones está cambiando el imaginario de los consumidores, y por ende, la oferta periodística. Toda noticia espectacular sobre la muerte que no pertenezca a los sectores más bajos sorprenderá el doble por este prejuicio social. Luego veremos por qué no todas las noticias tienen la misma importancia ni duración en los medios escritos populares.

Volviendo al tema central, actualmente el sensacionalismo de la muerte se ha instaurado en todos los medios de comunicación masiva: sea serio o “chicha”, audiovisual o escrito. Se ha vuelto cotidiano. Está presente en la vida diaria del ciudadano de a pie y de cualquier persona que revise dichos medios. Noticias espectaculares sobre la muerte que, según algunos autores, no buscan informar al público sobre quién murió tal día, sino que buscan llamar la atención sobre el cómo sucedió para entretener al consumidor. Según Damián Fernandez: “El

modelo aquí no es el de la información sino el de la acción dramática donde los lectores se encuentran con un mundo de fuerzas opuestas como un observador de un juego.” (Fernandez 2001: 128) Según Gonzalo Portocarrero, la función del entretenimiento en el sensacionalismo responde a un “aburrimiento profundo, síntoma característico de una sociedad que no provee de sentidos o entusiasmos que puedan hacer significativa la vida.” (2007:151)

Volviendo al tema, como ya se mencionó, no todas las muertes son tratadas por igual. Hay ciertos casos en los que las personas cercanas al fallecimiento toman el protagonismo, ya sea la víctima misma, el victimario o los deudos (o todos los anteriores). Casos con los que la prensa prácticamente arma una novela alrededor de sus pasajes culposos y sus encrucijadas judiciales. Pero estos son la excepción. Lo que más tenemos son muertes pasajeras, anónimas, una tras otra. Un continuo deslizamiento de imágenes, testimonios, historias y sufrimiento. La muerte está literalmente en las esquinas, en cada quiosco.

Pero, ¿Quiénes están detrás de la producción de estas noticias y cómo logran mantener este interés en la gente? Esta investigación busca dilucidar algunas características de este fenómeno mediático en base a un trabajo etnográfico sobre el proceso de producción de dichas noticias en dos diarios sensacionalistas peruanos: “El Chino” y “Ojo”.

Justificación:

Ha habido un cambio sustancial en la exhibición de la muerte en los medios de nuestro país. Las noticias sobre muertes existen casi desde el nacimiento mismo de la prensa. No obstante, nunca antes los medios tuvieron tanta agencia en el desarrollo policial de los casos, ni las noticias llamaron tanto la atención de la opinión pública (esto último producto del alcance de los medios masivos). El país se paraliza con casos como el de Ruth Thalia Sayas¹, y los medios hacen todo lo posible por sacar a la luz hasta el más mínimo detalle. El sufrimiento vende. Pero

¹ Ver los pormenores del caso en el anexo.

solo se ve el resultado final: la noticia. Creemos importante sacar a flote el mundo que existe detrás para poder comprender el proceso discursivo completo.

De otro lado, el discurso hegemónico de la prensa sería sataniza a la prensa sensacionalista o *chicha* como grotesca, inmoral y repudiable, cuando en realidad ésta no varía mucho en su contenido con respecto a los medios así llamados serios. Los diarios más serios del país incluyen sensacionalismo en muchas maneras. Haciendo visibles a los actores en su cotidianeidad laboral y emocional, este trabajo puede ayudar a superar este prejuicio. Como diría Christian Bernal en su artículo “La prensa chicha en Lima: legitimaciones y subversiones del discurso de poder”:

La convivencia urbana está lejos de articular convenientemente a todos los grupos humanos existentes. Estas ciudades multiculturales, heterogéneas y fragmentadas crean una serie de mecanismos de inclusión y de marginación. Diversos espacios discursivos reflejan este propósito. Uno de ellos reside en los medios de comunicación masivos. Estudiarlos ayudaría a la comprensión de nuestras sociedades. (2007:139)

Problema/Pregunta:

¿Cómo se construye la noticia espectacular de la muerte en la prensa sensacionalista escrita peruana? El caso del “chino” y el “ojo”.

Subtemas:

¿Cuál es el criterio de selección de los casos a convertir en noticia?

¿Qué estrategias se usan para la recolección de información necesaria para construir la nota?

¿Cómo se presenta la noticia final en el diario? ¿Ha cambiado?

¿Cómo se imaginan los productores al público consumidor?

Objetivos

El objetivo principal de la investigación es comprender el proceso de construcción de la noticia espectacular de la muerte en la prensa sensacionalista escrita, a partir del estudio del caso del “Chino” y el “Ojo”. En otras palabras, qué sucede desde que alguien muere hasta que sale la noticia al día siguiente en la portada. Analizar qué elementos se toman en cuenta para:

- a) seleccionar el caso
- b) conseguir los datos
- c) procesar la información
- d) producir el texto
- e) la intervención gráfica

Las historias tras el fallecimiento cambian y se van enriqueciendo en el camino. En este sentido es importante entender la lógica del proceso y cada una de sus fases. Busco conocer sus estrategias de recojo y registro de información, las cuales me serán muy útiles para vislumbrar la vida social de la información y cómo esta pasa de mano en mano hasta llegar al diario. Así podremos comprender qué discursos están en juego en esta narrativa policial de la muerte desde su nacimiento.

La imagen también será analizada como parte importante de la noticia ¿Se muestra el cadáver? ¿Cuáles son los límites de la exposición? ¿Qué imagen se busca? ¿Cómo las consiguen?

Otro objetivo es mostrar a los periodistas (reporteros y fotógrafos) como actores sociales y tratar de entender su trabajo desde adentro. Ver qué estrategias utilizan

para llegar al lugar de los hechos y cuál es su relación con la policía, con otros periodistas, con los deudos, cómo usan sus contactos, etc.

Asimismo, al estar presentes en todo el recorrido del recojo de la información, podemos distinguir qué información se privilegia antes que otra (tanto en el texto como en la imagen) al ver el producto final en el diario y compararla con la información total conseguida al inicio. Lo que buscamos es entender la lógica de este medio de comunicación popular y tratar de entender las necesidades que los productores creen llenar en sus consumidores. Tratar de entender, desde el punto de vista de los productores, qué es lo que motiva a tanta gente a consumir estas noticias a diario.



Metodología:

<u>¿Qué quiero conocer?</u>	<u>¿Cómo lo quiero hacer?</u>	<u>¿Qué herramientas usaré?</u>	<u>¿A qué Actores?</u>	<u>¿En qué espacio?</u>
Características de la presentación de la noticia	-Análisis del periódico	-Análisis del texto e imagen: frecuencia, disposición de la imagen, tipo de lenguaje, posición en la estructura del diario.	-Versión escrita	-Versión escrita
Proceso de Producción	-Análisis de la ruta del proceso de producción en sala de prensa (desde reporte in situ hasta impresión)	-Observación de labor. -Entrevistas en profundidad	-Reporteros gráfico -Periodistas -Redactores y jefes de imprenta.	-Lugar de los hechos -Sala de redacción
Lógica de la narrativa de la noticia escrita	-Contacto y observación de los redactores.	-Entrevista en profundidad	-Redactores -Jefe de edición -Versión Escrita	-Sala de Redacción -Versión Escrita
Lógica de la producción de la imagen	-Contacto con el fotógrafo	-Entrevista a profundidad -Observación del periódico.	-Reporteros gráficos. -Editor de la imagen -Versión impresa	-Sala de redacción -Versión Escrita

El campo:

La metodología usada fue fundamentalmente cualitativa. La observación participante del proceso entero de producción de la noticia me ayuda a entender los mecanismos y estrategias colectivas del recojo, síntesis y publicación de la información necesaria. En total, acompañé el recorrido completo de producción de la noticia aproximadamente veinte veces, de las cuales elegí las más representativas para responder mis preguntas. El método etnográfico me ayudó a comprender las valoraciones y significados que los mismos sujetos le dan a su labor diaria. Posteriormente, las entrevistas en profundidad corroborarán o refutarán mis intuiciones y certezas respecto de su experiencia en el ámbito periodístico. Finalmente analicé escuetamente la presentación de las noticias y las diferencias entre diarios y en el tiempo.

Los principales sujetos observados y entrevistados:

El “chino”:

- Joana: Reportera y redactora (2012-2)(luego pasó al “Ojo”)
- Ada Cruz Cárdenas: Reportera y redactora
- Mauro (prefiere no dar su nombre completo): Fotógrafo
- Danilo Riveros Tolentino: Director

El “Ojo”:

- Joana (2013-1): redactora
- Patricia: redactora
- Nataly: redactora (madrugada)
- Shirley: ex redactora
- Francesca: fotógrafa
- Jose Velasquez: fotógrafo
- Pier: jefe de fotografía
- Felipe: editor general

- Victor: director general

Esas personas anteriormente descritas forman mis informantes eje. No obstante, muchos otros me guiaron bastante en mi recorrido diario por el campo. Por ejemplo, están los “guardianes” de la noticia: dos reporteros gráficos contratados especialmente para rondar por las inmediaciones de la DIRINCRI tratando de conseguir datos clave de los casos que allí se investigan. Son los que están mejor contactados con la policía. Uno es del canal 9 y otro del canal 2. Otros personajes que me ayudaron a entender el contexto fueron los redactores de otros diarios populares a quienes observé en su recorrido (cuando coincidía) y logre entrevistar:

Diario “el popular”

- María: redactora
- Edgar: redactor
- Gilmer: redactor

Fuentes primarias:

- Inmersión, exploración y observación del campo mismo.
- Observación participante en el recojo de la información.
- Entrevistas a profundidad a los sujetos antes descritos.
- Entrevistas informales con otros sujetos: periodistas, policías y deudos.

Fuentes secundarias:

- Revisión constante de las portadas y la sección policial del diario.
- Análisis de las portadas del año 1996.

Estado de la cuestión:

Para entender el fenómeno de las noticias espectaculares en la prensa sensacionalista, también llamada amarilla o “chicha”, fue necesario comprender el

contexto cultural que enmarca a dicho fenómeno social. Me refiero a la “cultura chicha” o al carácter chicha de la cultura peruana contemporánea. Una cultura que según los textos consultados nace desde lo urbano marginal como producto de las migraciones internas y externas de los diferentes grupos sociales de nuestro país a mediados del siglo pasado. Un desborde popular que movilizó a los sectores socioeconómicos más bajos (que en el caso peruano eran la mayoría), los cuales huían del abandono del Estado a romper los muros de contención de las ciudades donde antes vivían los descendientes de los españoles americanos o criollos herederos de la tradición colonial europea. Un desborde que traía consigo las tradiciones culturales autóctonas provenientes del interior del país y que conllevó a una hibridez cultural muy particular (Espezúa 2009: 101). Esta urbanización desenfundada y no planificada trajo consigo, además de la mezcla cultural, la informalidad y el desorden. Según Marcel Velásquez en su artículo “El mal/estar en la cultura chicha: La prensa sensacionalista”, este caos urbano y la urgente necesidad de incorporarse a la modernidad y su lógica mercantil provocaron una:

[...] mezcla incesante de conductas (transgresión, irresponsabilidad, individualismo), valores (hedonismo, éxito social), ideologías (racismo, machismo, capitalismo popular, y códigos estéticos (kitsch, pop andino, imaginación melodramática) que ofrecen nuevos códigos de pensamiento, nuevas formas de ser y estar en una ciudad simultáneamente andina y globalizada (2009: 111)

Es en este contexto que comienzan a proliferar los primeros periódicos amarillistas en la ciudad capital. Un periodismo que responde a las nuevas necesidades comunicativas de las masas, que se nutre y reproduce los nuevos códigos de la emergente cultura popular urbana.

Un gran aporte a la definición de la prensa amarilla es el trabajo de Juan Gargurevich: “La prensa sensacionalista en el Perú”. En este libro se define la prensa sensacionalista por oposición a la “prensa seria”, describiendo sus características comparativamente. Muestra el principal objetivo de este tipo de prensa: entretener; y el público que más lo consume (hacia quien está dirigido).

Además, revisa la historia del sensacionalismo desde su nacimiento en el viejo continente, su llegada a América y su posterior desarrollo en nuestro país.

Guillermo Sunkel (quien ha estudiado la prensa sensacionalista en Chile) en su libro “La prensa sensacionalista y los sectores populares” acota que ésta:

[...] es relevante para el lector popular porque lo conecta con su propia realidad: habla a sus lectores de (y sobre) ellos [...] y construye un tiempo no lineal, cíclico: repetición incesante del drama humano (2001: 128)

Vemos que el fenómeno amarillista florece en diversas partes de Latinoamérica. Por su parte, Jorge Salazar presenta en su libro “Historia de la noticia: un siglo de homicidios en el Perú”, un recuento histórico de los principales casos policiales que llamaron la atención general de la prensa escrita y la opinión pública a lo largo del siglo último. Si bien es muy interesante ver cómo cambia y se incrementa el crimen con el crecimiento urbano, el libro no aporta mucho desde el punto de vista teórico. Estos dos libros constituyen el aporte más logrado y exhaustivo sobre el sensacionalismo nacional.

Luego se encuentran algunos cuantos artículos sobre el fenómeno de los diarios “chicha” durante sus años más productivos: los 90's. En su mayoría están publicados en revistas de Comunicación de la UNMSM o en la web. Además de definir escuetamente el fenómeno mediático, presentan las principales temáticas ofrecidas y los discursos sobre sexualidad y violencia implícitos en ellas. El tema de la muerte es mencionado junto con ellos mas no profundizado. Lo importante de estos artículos es que se empeñan en señalar al público consumidor mayoritario y su relación con el tipo de noticias ofrecidas.

Hay muchos trabajos de teoría del periodismo y la comunicación que tienen puntos claves sobre la construcción de la noticia en general, y cómo se evidencia en ellas lo públicamente relevante. Por ejemplo, una recopilación nacional de artículos de Jesús Martín-Barbero sobre “Lo sagrado y los medios de comunicación” analiza el contexto histórico-social en el que se inscribe este tipo de fenómenos mediáticos con los cuales convivimos: sociedad massmediática y

secularizada. La “muerte de Dios” y los avances tecnológicos en comunicación redefinen los significados de lo sagrado. La muerte no es una excepción.

En esta misma línea se ubica el trabajo de un colombiano de nombre Omar Rincón. En su libro “Narrativas mediáticas” analiza cómo se producen nuevos significados colectivos mediante la ritualización mediática que apela a una subjetividad emocional (publicidad, televisión, radio, etc.). Este libro será fundamental ya que me ayuda a entender cómo seduce el discurso del espectáculo y su trama:

La narrativa se refiere, aquí, a los mecanismos mediante los cuales se establece el intercambio simbólico y dramático entre quien produce y quien asiste al mensaje mediático [...] El poder de interpelación (comunicar, llamar la atención, tener impacto) que tiene la narración se encuentra en que propone una relación emocional y comprensible desde y en el hecho de contar historias. Podemos no saber qué significa, pero sabemos cómo disfrutar su historia. (Rincón: 97)

A este tipo de relación la llamaremos drama social. Por su lado, Guy Lochard y Henri Boyer publican un libro conjunto de semiótica que se llama “La comunicación mediática”. En él se explican las distintas estrategias narrativas y visuales que se aplican para construir las informaciones y programas de entretenimiento. Nos sirven específicamente sus descripciones de las estrategias de seducción que son básicamente dos: efectos de dramatización y efectos lúdicos. Entre los efectos de dramatización puntualiza las narrativas que estereotipan tanto a los personajes de la noticia (víctima inocente, justiciero, etc.) como al relato mismo (persecución, enfrentamiento)

Además, en la noticia espectacular se produce una polarización maniquea entre el asesino y la víctima en la que el lector se proyecta. Jesús Martín Barbero en “De los medios a las mediaciones” nos habla de cómo “los personajes son convertidos en signos y vaciados de la carga y espesor de las vidas humanas...” (Martin-Barbero 1987: 182). Esta operación simbólica está presente en la estructura dramática de esta narrativa policial y funciona muy bien en los casos de muerte accidental.

Sin embargo, un interesante libro llamado “Anthropology of news and journalism: Global Perspectives” de Elizabeth Bird advierte que la atención del análisis de los arquetipos mismos puede desviarnos de lo que es culturalmente relevante, es decir, el por qué determinados temas e historias tienen éxito en determinada cultura. Pone el énfasis en el contexto cultural más amplio antes que centrarse solo en el contenido.

Por otro lado, se suele llamar curiosidad *morbosa* a la atención que alguien le preste a sucesos relacionados con violencia, sexo y muerte. La palabra *morbosidad* denota cierto nivel patológico. En otras palabras, se asume que una persona “normal” no tiene, o en todo caso no en desmedida, esta atracción. Un estudio psicológico de una Universidad estadounidense analizó las reacciones emocionales y cerebrales de 50 personas, entre ellas personas *morbosas* y gente “normal”. El análisis arrojó que la excitación cerebral mostrada por ambos grupos producto de la exhibición de noticias mórbidas era la misma, a pesar sus diferencias. En otras palabras, los efectos químicos de estas noticias negativas son casi iguales en toda la población, razón por la cual tienen tanto éxito. No existe, por tanto, un trasfondo patológico en el consumo de dichas noticias, es simplemente una cuestión de interés. En consecuencia, no hablaremos de morbosidad, sino de interés o atracción.

Marco teórico:

El tema de la muerte suscita en las personas diversos sentimientos que la acosan y que podrían agruparse en dos vertientes: temor y fascinación. El temor a la muerte impulsa al hombre hacia la actividad, que ha diseñado para evitarla y negar que es su final ineludible. Al mismo tiempo, siente una fuerte atracción por ella. Todos tenemos curiosidad por descifrar sus misterios y, aunque estemos poco dispuestos a admitirlo, cuando nos enteramos de que alguien cercano está próximo a morir, aprovechamos para enterarnos de los detalles que nos permiten conjeturar y anticipar a lo que será nuestra última enfermedad. Todos queremos saber dónde empieza el final del camino (Lemlij 1996: 22)

Como bien menciona Moisés Lemlij, existe en nuestros días una relación ambivalente con la muerte: mezcla de temor y fascinación. Sea por miedo o curiosidad, nos atrae. La inercia del tiempo nos lleva hacia sus brazos segundo a segundo. Justamente porque nos aterra, nos llama. Queremos saber qué hay detrás. Saber si es realmente el fin; cuándo y cómo es que nos llegará. La biología la ve como la condición de posibilidad de la vida. El telón de fondo que antecede a la existencia de cualquier ser viviente, y hacia donde este mismo se *dirige* inevitablemente. El punto es que resulta muy difícil vivir pensando constantemente en la muerte. Nos paraliza. Es necesario darle un sentido mediante alguna parafernalia simbólica. Alrededor del mundo se distinguen diferentes maneras de hacerlo. Desde complejas creencias metafísicas hasta rituales cotidianos. Según Ernst Tugendhat: "...una población de seres que tengan conciencia de su futuro se extinguiría si, en general, no quisieran siempre seguir viviendo." (Tugendhat 2008:144) Existe la necesidad de darle un significado a la muerte, consciente o inconscientemente.

A pesar de la variedad simbólica, no existe sociedad que no cuente con todo un entramado de representaciones que se tejan alrededor del fenómeno y que busquen explicarlo en algún nivel. Un ejemplo muy claro son algunas sociedades del África que inscriben la muerte en su sistema cultural de manera que:

...está en todas partes (que es la mejor manera de dominarla) imitándola ritualmente en la iniciación, trascendiéndola gracias a un juego apropiado y complejo de símbolos. En suma el negro no ignora la muerte. Por el contrario, la afirma desmesuradamente. En él, y para él, la muerte es la vida, perdidosa, mal jugada. La vida es la muerte dominada, no tanto a nivel biológico como social. (Vincent 1983: 39)

El misterio que envuelve a la muerte es un factor que motiva una primaria curiosidad por el tema. Esta curiosidad es el punto de partida para entender y contextualizar el fenómeno mediático que presentaré a continuación. Llamaré a este fenómeno "noticia espectacular de la muerte". Es imposible determinar el inicio de este círculo vicioso de consumo mediático sobre muertes:

Puede ser que la previsión que el periodista hace de lo que al público le interesa esté condicionada por lo que el público demanda. Pero estamos ante un círculo vicioso, porque el público fue adiestrado para consumir lo que los diarios le dan. La creatividad del periodista radica en la capacidad que tiene de remover el cerco cultural, comercial, discursivo, de lo que habitualmente se entiende por noticia para acercar a la gente tanto temática como textualmente. Ensanchar el ámbito del interés público y comprometer al público con el ámbito de su interés. (Fernández 2001: 105)

Como vemos, el periodista tendría cierto nivel de agencia sobre el gusto del consumidor y viceversa, aunque esta variación se diera muy lentamente. Es imposible identificar dónde empieza el círculo. Lo que sí está claro es que existe una relación simbiótica muy fuerte que mueve al público a consumir estas noticias, y a los medios, obviamente, a venderlas. En esta trabajo nos evocaremos al estudio de la sección policial de dos diarios sensacionalistas peruanos que juegan con el dramatismo de estas historias sobre la muerte para atraer al ciudadano de a pie. Para ello primero trataré de entender qué factores le dan a una muerte particular su cualidad de espectacular. En otras palabras, analizaré cuál es el criterio de selección de los sucesos fatales a ser relatados. Luego busco esclarecer qué estrategias y modelos narrativos se despliegan en la presentación de la noticia, tanto textual como visualmente. En base al análisis de la presentación considero posible vislumbrar (de manera espectral) el motor del gusto del consumidor por estas noticias. En otras palabras, iluminando los artificios que despliegan los productores se muestra, a manera de sombra, el “gancho” que mantiene vivo este círculo vicioso.

Es necesario dejar en claro que, por más que sea muy interesante, no trataremos de llegar a conclusión alguna sobre las motivaciones del público consumidor como parte de este fenómeno. El enfoque se dirige hacia la producción y la oferta; el público estará presente solo desde el imaginario de los productores de la noticia. Como diría Aníbal Ford:

No hemos realizado una exploración sobre la opinión pública o sobre el efecto de este caso en el imaginario social. Pero algo de esto puede leerse oblicuamente –en el sentido que le daban los historiadores de las mentalidades a este tipo de lectura en espejo- por las formas en que los diarios y medios en general trabajaron el caso, por los datos que volcaron sobre el comportamiento social, por los abundantes testimonios recogidos, por sus efectos en los sistemas de legislación y organización social. (1999: 280)

Ahora bien, para comprender a este público consumidor imaginado de los productores se recurrió a teorías de la comunicación social las cuales pregonan que este fenómeno mediático debe analizarse ya no bajo un modelo clásico que entienda a la comunicación como transmisión de información, sino bajo un modelo que priorice la función ritual del consumo de estas noticias:

En el proceso de comunicación, de acuerdo con el modelo ritual, las noticias pueden actuar míticamente. A través de los mitos, los miembros de una comunidad aprenden valores, definiciones del bien y del mal, caracterizaciones de los otros. Las noticias ofrecen, más que hechos, familiaridad con las experiencias compartidas de la comunidad. Desde esta perspectiva, el significado central de las noticias es simbólico. (Fernández 2001:107)

Entonces, la información plana pasa a un segundo plano, y el enfoque analítico se centra en la forma de narrarla. Es el paso de los datos al acontecimiento. Esto significa que en las noticias espectaculares de la muerte ya no se ven párrafos, sino escenas; ya no citas, sino diálogos; ya no hay historia, sino un drama. (Fernández 2001: 109)

Bajo este modelo entonces se pone en manifiesto un cierto contrato de lectura entre la oferta y la demanda que posibilita el consumo y lo hace agradable. Un

modo de decir que tiene una correspondencia intrínseca entre productores y consumidores: “ese modo de decir –que supone el qué se dice pero también cómo lo dice- contiene los dispositivos a través de los cuales se establece el vínculo del reconocimiento”. Es este vínculo el que buscamos develar con esta investigación desde el lado de los productores y su labor cotidiana. Además veremos escuetamente cómo ha cambiado este contrato en el tiempo.

Lógica del espectáculo

Según la bibliografía revisada, se asume que una noticia sensacionalista de la muerte para atraer tiene primero debe ser *espectacular* y luego estar contada de cierta forma. Dicho esto pasaremos a tratar de definir qué hace que una muerte sea espectacular en dos niveles; primero desde el criterio de selección, para luego analizar qué técnica narrativa es utilizada.

El gran recopilador de la historia del sensacionalismo en el Perú, Juan Gargurevich sostiene que el *efecto espectacular* se obtiene mediante el impacto y la imprevisibilidad, las cuales conforman las bases del sensacionalismo. Son este par de conceptos los que trataré de cotejar para definir el criterio de selección de los casos que serán noticia.

Siguiendo con el argumento entonces, el espectáculo es, según Omar Rincón, “una práctica del entretenimiento que se establece en una relación de contemplación a distancia, en presente, para seducir siguiendo una dramaturgia reconocida” (2006: 58). El espectáculo crea una relación entre el productor que exhibe algo y un espectador que contempla. Lo que busca es emocionar a este sujeto espectador. Toda su parafernalia narrativa se pone en escena para producir una experiencia evocadora y emotiva (2006: 58). En otras palabras, poner en escena un acontecimiento, una historia, es construir el discurso que se juzga más apropiado para ese objetivo comunicativo (para la intensión, pero también para la recepción prevista), puesto que ese discurso debe interesar, seducir, despertar la adhesión. (Lochard y Boyer 2004: 46) Estos mismos autores definen una de estas estrategias de seducción mediática de la siguiente manera:

...efectos de dramatización, cuya manifestación más habitual es la incorporación de los hechos referidos en esquemas narrativos que apelan al imaginario ficcional de los destinatarios. Así los personajes de sucesos policiales, o de hechos históricos con frecuencia se encuentran instalados en roles estereotipados (el justiciero, la víctima inocente) y están incorporados en relatos regidos por principios dramáticos arquetípicos (la búsqueda, la persecución, el enfrentamiento) (Lochard y Boyer 2004:66)

Las características de este drama narrativo las define muy bien el mismo Rincón con su concepto de *trama*:

La narrativa, entonces, puede ser comprendida como el acto de hacer-relato, como la acción de elaboración de la trama, que se expresa en cuatro intervenciones:

- *Selección y disposición de los acontecimientos y de las acciones narradas, que hacen de la fábula una historia completa y entera, que consta de principio, medio y fin.*
- *Acciones que provocan un cambio de suerte, un nudo por deshacer, una peripecia sorprendente, una sucesión de incidentes lamentables u horribles.*
- *Producción de historias, en la medida en que compensa la peripecia mediante el reconocimiento, que sella el destino del héroe mediante un último acontecimiento que aclara toda la acción.*
- *Toda historia debe producir en el espectador la catarsis de la compasión y el terror.(Rincón 2006:73)*

Es válido afirmar desde la teoría que la narrativa de estas noticias policiales cuenta con una *estructura de cuento*. Guillermo Sunkel en su estudio de la prensa sensacionalista chilena evidencia que estas historias, además de tener la base inicio-nudo-desenlace, no siguen los parámetros de la redacción periodística tradicional ya que estas no van de lo más a lo menos importante, sino que es necesario leerlas por completo: “el resultado es un estilo narrativo que mezcla lo

testimonial con la técnica de la crónica, un relato vívido capaz de impresionar emocionalmente.”(2001:121)

De otro lado, cabe señalar en cuanto a la presentación de estas noticias que:

[...] la construcción de un referente junto con la necesidad de relatar hechos realmente sucedidos, convierten a la crónica policial en un género que apela a procedimientos ficcionales, típicos de la prosa literaria o los versos costumbristas, para hacer verosímil su narración. (Fernández 2001:37)

Para resumir, tenemos dos características de dicha narrativa importantes hasta aquí. Por un lado el carácter ficcional de la trama por el cual se polariza la historia en figuras arquetípicas y giros dramáticos; y por otro, el uso de ciertos efectos de verosimilización, es decir, recursos literarios que le impriman un efecto de realidad al texto, como por ejemplo contar detalles de la vida del difunto o de los deudos. Datos que muchas veces pueden parecer irrelevantes pero que dan la impresión de “*estar ahí*” que necesita el relato.

Asimismo, Damian Fernandez nos grafica en su “Violencia del relato: discurso periodístico y casos policiales” que existe un trabajo de interpretación de los hechos por parte del periodista al momento de elegir cuáles contar. En este sentido, el productor no solo trabaja en base a los datos ya recogidos, sino que, en un ejercicio imaginativo, debe dirigir la narración hacia posibles respuestas que guiarán, además, las posteriores investigaciones. Al respecto menciona:

Cada caso policial es también la construcción de un caso hipotético: a la pregunta de cómo contar aquello que, por falta de datos, es preciso imaginar para encontrar las causas y los culpables de los crímenes ocurridos, el cronista recurre a hipótesis que rodean el caso e intentan solucionarlo. Así, construye con versiones propias, versiones de otros diarios o versiones de la policía, los capítulos de una verdadera novela policial. (2001: 37)

Dichas conjeturas configuran el relato de tal manera que engancha al consumidor a seguir el caso para conocer el posterior desenlace (generalmente de un proceso judicial muy largo).

En este sentido, las noticias espectaculares sobre la muerte presentan una narrativa invadida por lógica del espectáculo, una lógica que tiene como objetivo principal cierta emotividad en el lector de tal forma que este se olvide de sí por un momento. El consumo de estas noticias se convierten en un fin en sí mismo: el placer está en el mero acto de la lectura. (Velásquez 2009: 115).

2. DESCARGA DE CAMPO

A continuación relato mis experiencias en una secuencia que da cuenta de mis vicisitudes en el campo y nos introduce a las estrategias mediante las cuales se construye una noticia de este tipo en el diario “el chino”, primero, y luego en el “Ojo”.

“El Chino”

Día 1:

14/09/12

La DIRINCRI (Dirección de Investigación Criminal) cuenta con una Sala de Prensa. Allí me esperaba Joana, redactora de la sección policial del “diario “El Chino”, y un amigo suyo (quien también trabaja como redactor en el diario “el popular). Ambos habían revisado ya el registro de muertos del día. Al salir del lugar ella ya contaba con la información necesaria para salir a buscar la noticia. “Han baleado a un obrero”, me dice. Subimos a la móvil (taxi blanco alquilado de 11am a 2pm) a esperar al fotógrafo.

El caso se trataba de un joven de 23 años que había sido acribillado a quemarropa la noche anterior desde un carro en movimiento en la canchita de fulbito de su barrio en Maranga. La causa: un aparente ajuste de cuentas. Había que ir al lugar de los hechos.

En el camino Joana habla con su amigo del popular para averiguar bien adónde ir. Llegamos al lugar indicado tras 10 minutos de dar vueltas y cometer al menos un par de infracciones de tránsito. Era la casa del finado. Desde un edificio, una señora les da indicaciones a los periodistas que habían llegado antes que nosotros. Tras tomar fotos de la señora, todos los periodistas, incluyendo los del “chino”, vuelven a sus respectivos móviles. El nuevo destino sería el velorio ubicado en un restaurante no muy lejano en La Perla. Nuevamente nos perdimos y llegamos últimos. Era un restaurante de comida marina y afuera había un toldo con sillas. En el toldo se podía leer “Municipalidad de la Perla” y el nombre del alcalde. Fotógrafos y redactores se aglomeran en la puerta curiosos por ver qué había adentro. Una señora indicó que el ataúd llegaría más adelante. La gente se dispersó. Luego de una media hora, Joana se fue a la base del diario a redactar otras noticias pues herida del pie. Se fue cojeando. Mauro, el fotógrafo, se quedó a esperar la llegada del ataúd.

Poco después, un grupo de alrededor de 7 jóvenes vestidos llamativamente se juntó en la esquina de la calle. Su conducta era muy sospechosa. Se hacían señas con gente que viajaba en taxi o con los mismos taxistas, y no dejaban de mirarnos de manera vigilante.

El ataúd llegó y los amigos del barrio lo cargaron hacia adentro del restaurante. De inmediato los fotógrafos trataron de ingresar pero no los dejaron. La madre salió y se sentó en una de las sillas a dar declaraciones. Estaba muy afectada, en llanto. Dos de los redactores que quedaban se sentaron uno a cada lado y comenzaron a hacerle innumerables preguntas sobre la muerte de su hijo, mientras los fotógrafos no paraban de disparar. En sus manos tenía documentos de su hijo y algunas fotos de él en vida. Asimismo contaba con una del presunto asesino: un buen amigo de su hijo. Acusaba a este chico de haberlo matado. Contaba que un carro negro había estado rondando el lugar antes y después del crimen. Parecía estar segura de quién era el asesino. Un joven amigo quien había estado en la cárcel y le tenía envidia a su hijo por que él se vestía bien. En su desesperación rogaba a la prensa llegar hasta el fondo del asunto. Su indignación se incrementaba cada

vez que relataba cómo lo habían acribillado por la espalda. Pese a la injusticia del caso, su versión sonaba muy parcializada e inverosímil. Parece no haber muerto malo.

Finalmente prestó las fotos de su hijo en vida a los fotógrafos, quienes se turnaron para sacar la mejor toma. Sin más (ni siquiera un “gracias”) nos retiramos del lugar. La móvil del “popular” nos hizo el favor de trasladarnos. En el camino de vuelta, los reporteros comentaban acerca del caso recién recogido: “Ese chibolo no es ningún santo como decía la señora”. Paramos un rato en la cancha de fútbol donde se había perpetrado el asesinato a tomar fotos. Antes de llegar, un reportero habla con alguien por celular: “¿Dónde están tus muertos? Para mí que están vivos tus muertos”.

Día 2:

17/09/12

La DIRINCRI nuevamente me recibe con un sinnúmero de personas entrando y saliendo de sus instalaciones. Esta vez el foco de atención de la prensa se centra en el padre de una chica llamada Ruth Thalia, quien se hizo famosa por un programa televisivo y ahora se encuentra no habida. Diferentes medios atolondran al padre que sujeta una fotografía de su hija con la frase “SE BUSCA” y un número telefónico. Por más que avanzar por entre los periodistas, estos no se lo permiten y lo atolondran con preguntas. Hay prensa televisiva y prensa escrita. Mauro ya le tomó las fotos necesarias.

Por su parte, Joana ingresó a las instalaciones de la DIRINCRI a conseguir información acerca de unos robos. Es necesario tener un permiso especial para entrar a las inmediaciones mismas de la DIRINCRI. A la sala de prensa sí puede entrar cualquiera. Los periodistas tienen contactos adentro. Gente que va filtrando la información de los casos a sus “allegados”. Incluso llegan a cobrar por

declaraciones de ciertos personajes en casos claves. Joana es conocida por algunos de los policías.

Hoy no fuimos a cubrir ninguna noticia de muerte a pesar que contábamos con la “móvil” (ésta le corresponde a la sección policial los días lunes, miércoles y viernes). Joana y yo regresamos a la base del diario. Mauro se quedó a tomar fotos sobre los robos.

Llegamos a la base y Joana me presentó a las redactoras de la sección de espectáculos. Almorzamos. La sala de redacción y edición es prácticamente una misma para los 4 diarios (La Razón, El Men, Todo Sport y el chino). El director, Danilo Riveros, se fue apenas llegamos.

Día 3:

19/09/12

Joana recogía la síntesis de los casos del día a las 10:30am. La sala de prensa está casi vacía pero mucha gente entra y sale del lugar. Iba a haber una conferencia de prensa sobre unos robos. Joana me dice que iremos a Comas a cubrir la muerte de un “chibolo”. Al poco rato, un policía vestido de civil nos informa que en la DIRCOTE (que está al frente) liberarían a un terrorista en breves momentos. Esperamos durante 20 minutos y nada. Joana se hartó y nos fuimos a Comas. En la móvil, Joana llama a su amigo del “popular” y nos dice la dirección.

Llegamos al lugar con dificultad. Nos guió un señor que decía haber estado con el finado horas antes de su deceso. El chico de 19 años tenía un mototaxi y pertenecía a una “pandilla”. En la esquina de su calle muchos de sus amigos con polos de la “U” pintaban una pared en blanco con su rostro. Habíamos llegado tarde pues otros medios ya habían cubierto la noticia. Había un toldo y un altar con la ropa que usó antes de morir. El tío del finado nos facilitó la información. Una puñalada por la nuca acabó con su vida. Contaba con fotos de su sobrino y del presunto asesino que había sacado del “Facebook”. Algunos familiares rodeaban el altar. Su prima no habló del finado “Era un chico alegre, nos hacía renegar pero

era bueno”. Nos mostró una prenda de su primo, la cual usó antes de morir. Estaba completamente ensangrentada. Llegó la hora de irnos. Ya en la móvil, una niña me preguntó en qué canal pasarían la noticia.

Llegamos a la base y Joana se puso a redactar otra noticia, ni siquiera almorzó. Seguía llamando a su amigo del popular.

Día 4:

24/09/12

Nunca había visto tanta prensa reunida a las afueras de la DIRINCRI. Gran conmoción por la presencia del asesino de Ruth Thalía dentro del edificio. Esta chica de 19 años fue muerta a manos de su supuesto ex enamorado, Bryan. Como es de costumbre, fotógrafos a las afueras esperan alineados cualquier primicia. Redactores deambulan por los alrededores hablando por celular a cada rato, recibiendo y dando información de último minuto. Estos últimos forman grupos, son bastante amigos. Generalmente comparten información. Los reporteros televisivos suelen andar solo con los de su respectivo canal. Cuentan con su móvil y su logística es más extensa. Los fotógrafos sí se juntan sin importar su procedencia.

El caso de Ruth Thalia ha sonado tanto en las últimas horas que no nos movimos de las inmediaciones de la DIRINCRI a pesar que había otras muertes que cubrir en la agenda del día (como lo indicó el boletín informativo). Algunos reporteros duermen la siesta en la sala de prensa. La mayoría aguardan expectantes en las afueras. Se corre la voz que la Ministra de la Mujer acudirá a dar su opinión al respecto. Todos siguen esperando. A las 12 muchos reporteros se reúnen en la sala de prensa a ver las noticias del canal 5 sobre el caso. Un enlace en directo con el velorio mantiene a todos los asistentes a la sala de prensa prendidos. Acaba y todos se van, menos uno de Frecuencia Latina que se quedó dormido. Voy y vengo de la sala de prensa a ver qué hace Joana, la redactora. Sigue hablando por teléfono. Me quedo en la sala de prensa cuando un reportero amigo (al parecer del canal 5) viene y me dice al oído: “están trayendo la moto en la que trasladaron el cadáver, pero no le digas a nadie”. Lo debe haber dicho por el que

dormitaba a mi lado. De cualquier modo, salgo para presenciar el hecho. No pasan más de 5 minutos cuando, en efecto, aparece una mototaxi manejada por un policía de homicidios. La prensa literalmente corre hacia ella. Tanto cámaras fotográficas como de video se avalanchan para coger la mejor imagen/video. Serán como 17 hasta 20 personas. El policía sale con una sogá hacia la DIRINCRI. Algunos lo siguen, pensando que la sogá se usó para amarrar el cuerpo o algo así. Yo creo que no pudo haber sido así porque este cogía la sogá con su mano pelada. Luego de ese incidente, el número de periodistas se redujo considerablemente. La ministra nunca llegó y Joana se fue a la base del “chino”.

Día 5: 25/09/12

Llegué casi a las 11am y no estaba ni Joana ni Mauro. Había el mayor número de prensa que he visto desde que voy visitando la DIRINCRI. El caso de Ruth Thalía, la joven que fue asesinada a manos de su exnovio, ha impactado sobremanera a la opinión pública. Medios de todo tipo aguardaban cualquier novedad alrededor del caso. Muy temprano había llegado a declarar un adolescente de 14 años quien participó como “campana” en el asesinato. Además se rumoreaba que trasladarían a Bryan, el asesino, hacia algún otro departamento donde le harían ciertos exámenes.

Al poco rato aparecieron mis informantes. Habían ido a la SUNAT a cubrir una alerta de artefacto explosivo que terminó siendo falsa como muchas otras veces se da en la ciudad de Lima. Los fotógrafos esperaban como de costumbre en las escaleras del recinto. Redactores comparten información y hablan por teléfono a cada momento. Al parecer hay algunas fuentes policiales que desde adentro les van avisando sobre lo que acontecerá. Hay canales como el 9 o el 4 que pagan a personas para que hagan “guardia” la mayor parte del día en las afueras de la DIRINCRI y se ganen con las primicias. Periodistas dialogan relajadamente esperando. Existe un gran compañerismo sin importar el medio para el cual trabajan. Amistad, si se quiere.

De un momento a otro, entre 15 y 20 periodistas se amontonan alrededor de la familia de Ruth Thalia quienes llegaban para dar su declaración. No se les puede distinguir por el tumulto. Era la madre, la tía y la hermana de la víctima. A pesar de ser asediadas por la prensa logran hacerse camino raudamente hacia el interior del edificio. Fue tan rápido todo que algunos periodistas ni habían llegado a recoger información. Se negaron a dar declaraciones esta vez. La poca información recogida fue compartida al instante por los que sí estuvieron acompañando a la familia.

Pasaron los minutos sin novedad. Seguía habiendo un gran número de unidades esperando por algo que cubrir. Los “guardias” de la noticia comenzaron a hablar por celular. Mauro me dice que hay que estar atentos porque ellos son los que reciben información desde adentro. Habla de lo podrida que está la sociedad y cómo esto se ve reflejado en este caso. Se auto interpela, la labor de los medios.

Aparece en escena un policía vestido de civil acompañado de un joven. Revisan el mototaxi que estaba estacionado a las afueras. Todos los periodistas vuelven a armar tumulto alrededor. El joven resulta ser el que le compró la moto al asesino, luego que este tratase de deshacerse de la evidencia. Tras no encontrar ningún tipo de complicidad, el joven fue liberado. Mauro se quedaría para recoger alguna otra imagen, Joana se fue a la base a eso de la 1pm. No sin antes llevarse las fotos que había tomado Mauro hasta el momento en un usb. La sala de prensa de la DIRINCRI es de uso libre, al parecer.

Día 6:

26/09/12

Como de costumbre, periodistas aguardan en las afueras de la DIRINCRI. Son las 10:30am y nadie está cubriendo nada. Todos son rumores. Dicen que la madre del asesino, Bryan, se encuentra adentro dando declaraciones. Los diarios especulan que no hay un tercer involucrado en el asesinato. La descarga del pequeño de 14 años el día de ayer parece haber sido clave. Han pedido ampliar el tiempo de investigación de este caso (Ruth Thalia Sayas). El hermetismo de la policía se hace sentir. Sin embargo, los periodistas tratan de “mover sus contactos” para

conseguir información sobre lo que ocurriría en el caso. La mayoría de la información que ronda la DIRINCRI suena a especulación. Están casi todos los medios posibles. Muchos hablan entre sí, en especial los reporteros escritos. Los canales de televisión y grandes cadenas noticiosas como RPP cuentan con “guardianes” de la primicia quienes merodean los alrededores de la DIRINCRI y tienen fuentes directas de adentro.

Hoy fue el día con menos movimiento. Uno a uno los reporteros televisivos y sus móviles se fueron a cubrir alguna otra noticia. Los comentarios generales eran “no hay nada hoy día”. Todos se preguntaban mutuamente por alguna novedad. Joana decide ir a la base a eso de la 1pm. Ya despidiéndose un reportero de TV Perú le dice: “¿has hablado con tu amigo el de arriba? Él te va a decir cómo está vestida” (refiriéndose a la madre de Bryan).

Día 7:

27/09/12

Hoy llegué a la DIRINCRI más temprano que nunca: 10am en punto. No estaba Joana ni Mauro. Algunos periodistas rodeaban a un señor de casaca de cuero que resultó ser de la policía. Estaba esclareciendo el asunto del mototaxi que Bryan le vendió a un chico cualquiera. El caso de Ruth Thalia ha abarrotado las portadas toda esta semana y ha habido más movimiento que los demás días. RPP, canal 2 y 5 hacían guardia en el lugar desde las 8am. La madre de Bryan, el asesino, había ingresado a temprano a entregarle su desayuno. Se rumoreaba que Beto Ortiz iría a dar su declaración sobre el caso. Esta versión fue desmentida por una reportera televisiva del canal 9.

La espera habitual fuera del recinto policial se tornó muy interesante ya que logré conversar largo tendido con 3 reporteras: una escrita del diario “OJO” y 2 televisivas de los canales 2 y 7.

Día 8:

10/10/12

El caso de Ruth Thalia finalmente dejó de sonar. He estado yendo a la sala de prensa de la DIRINCRI pero Joana se ha ausentado la mayor parte de días.

Tampoco la móvil viene. El fotógrafo fue el único que sí acudía. El tiempo noticioso parece ya no transcurrir de la misma forma

Día 9:

15/10/12

Un bebé asesinado por sus padres llamó la atención de los periodistas el día de hoy. Joana llegó puntual a la DIRINCRI pero Mauro se demoró al igual que Santiago, el chofer del taxi. Nos dirigimos hacia la Comisaría de Independencia a averiguar más datos sobre lo ocurrido. Ahí, un policía nos atendió a varios periodistas en su misma oficina, y dijo que los padres de un niño de un año lo habían matado. Ambos sufrían de retardo mental y, al parecer, “se les había pasado la mano”. La fiscalía y los demás medios ya se habían retirado. Tocamos la puerta y nadie abrió. Solo pudimos conversar con algunos vecinos, quienes nos indicaron que el niño era golpeado constantemente. Joana recogió algunos datos más, Mauro le tomó una foto a la fachada de la casa y regresamos a la base.

Día 10:

19/10/12

Fui a la sala de prensa de la Dirincrí a buscar a Joana con el fin de hacerle una entrevista en profundidad. Apenas me siento en el mueble me doy cuenta que algunos periodistas conversaban justamente sobre ella. Escucho que la habían “jalado” para el diario “Ojo” haciendo comisiones por toda la ciudad. El chino había quedado atrás para ella. Será difícil encontrarla.

Día 11:

22/10/12

Mauro me presentó a la nueva redactora del diario en la sala de prensa. Se llama Ada y es periodista de la Villarreal. Dice tener 24 años pero debe tener algo más. Es bastante más comunicativa y alegre que Joana. Luego de presentarme y explicarle mi interés en su trabajo fuimos a la móvil; había un muerto en San Juan de Lurigancho. En el camino llama a “Gamboa”, redactor del diario “el popular” para preguntarle la ubicación del lugar rico en datos. Llegamos a la DIVINCRI de SJL casi el mediodía. Muchos medios entrevistaban a un policía vestido de civil encargado de las investigaciones respectivas. Ada se inmiscuye entre los

periodistas para anotar en su libreta. Los canales televisivos siempre son lo que hacen las preguntas en la entrevistas. Una pelea de hermanos ebrios había terminado con la muerte de uno de ellos. El hermano menor le había tirado una botella vacía en la cabeza a su hermano mayor, al parecer por una mujer en disputa. El tercer hermano estaba sentado al frente de la DIVINCRI cabizbajo y llorando. Algunos medios, incluyendo Ada, lo interrogaban. Los crímenes pasionales son los más comunes y de los que más venden. Las demás reporteras le brindan la información que Ada les solicita, a pesar de no conocerla. Hacer amigos es clave en este trabajo. La mayoría de los que trabajan en esto son mujeres, aún no me explico por qué.

Día 12:

21/11/12

El caso de hoy se trató de un trabajador de Edelnor que fue baleado en su automóvil en el Cercado de Lima. Salimos más tarde de lo habitual porque Ada llegó tarde a la base principal de la DIRINCRI. Antes de salir, vimos que algunas reporteras del “Ojo” estaban sentadas en la sala de prensa. Ada se lleva mal con una de ellas porque “se cierra con los datos”. Mencionó algo sobre una fuente del caso Ciro no compartida.

Llegamos a la Morgue y los demás medios ya estaban ahí. Uno de los hijos del finado daba declaraciones muy sobrias. No entendía la muerte de su padre. Decía que lo habían confundido con alguien más. La idea de un robo le parecía descabellada porque no había necesidad de matarlo. Se llevaron la camioneta igual. Ada y Mauro se llevan mejor. Hay un ambiente de compañerismo agradable.

Día 13:

23/11/12

Otro caso bastante sonado en San Juan de Lurigancho nos dirigió hacia allá. Un taxista se había suicidado. Llegamos y justo unos representantes del Ministerio Público estaban realizando sus labores fiscalizadoras dentro del domicilio. El cuerpo del difunto seguía en la casa. Apenas quisimos entrar, los mismos fiscales

nos invitaron a salir. La familia también mantenía un clima frío y nada amigable para con nosotros. Los demás medios cubrían un caso en Ventanilla. Solo las cámaras del canal 9 se encontraban en las afueras de la casa esperando que sacaran el cadáver. La familia nunca dejó que Ada o Mauro entraran al hogar. La familia estaba reunida en la sala. La única información que conseguimos fue por medio de una periodista del 9 que estaba sentada en su móvil. Ada me pidió que yo le preguntara los datos porque “yo soy el hombre”. Al parecer el finado había estado deprimido por una ruptura con su pareja y, además, porque no había logrado inscribirse en el SETAME. Murió a los 36 años. Se cortó la yugular. Había unos vecinos tomando unas cervezas al frente de la casa del difunto. Ada aprovechó para preguntarles algunas cosas. Mauro tomó fotos de la fachada de la casa y regresamos hacia la base. El 9 se quedaría a esperar la imagen del cuerpo.

Día 14:

28/11/12

Hoy fuimos nuevamente a la Morgue a ver el caso de un ex juez que fue estrangulado. Los delincuentes lo habrían matado para robarle ciertos documentos importantes. Otro móvil que se maneja es la venganza por haber dictaminado de tal o cual manera en algún caso judicial. Lo cierto es que fuimos a la Morgue y no estaba nadie. Ni el cuerpo. Mauro le tomó una foto a un cuerpo que estaba en la maletera de un carro de la comisaría de La Victoria. Al día siguiente, salió en el diario la foto de ese cadáver como si fuese la del juez en cuestión. Ada y Mauro se dirigieron luego a las afueras de su estudio (lugar donde lo asesinaron, por Las Malvinas) a recoger mayor información.

“Ojo”

15/05/13

Un caso policial de suma espectacularidad azotó la ciudad y su opinión pública esta semana. Se trata de una joven de 16 años de nombre Maryorih Keiko Vega, quien fue violada y asesinada por un médico con quien venía atendiéndose desde

que ella tenía 5 años. Este último aprovechó el clima de confianza (y el hecho que vaya sola a su consultorio) para sedarla y ultrajarla. Adujo que “se le pasó la mano” al inyectarle anestesia para una liposucción, lo cual quedó desmentido al encontrársele restos de esperma al cadáver de la menor. Finalmente, al no poder deshacerse del cuerpo con fuego, contrató a un albañil para que lo ayudara a cavar un hueco en una casa de Villa María del Triunfo. El asesino negó durante casi un mes saber del paradero de la adolescente. Ante la insistencia de la investigación policial, el médico terminó aceptando su culpabilidad.

Llegué temprano a la base de redacción del “Ojo”. 7:05am. Casi nadie en el lugar. Recién a las 8am llegó Joana, redactora de la sección policial que había trabajado antes en el diario “el chino”. Joana consulta con el jefe de informaciones que había estado hablando por celular con la madre de Maryorih. Este le indicó que debía ir al velorio y luego al entierro. El velorio continuaba en la casa del padre de Keiko en San Juan de Miraflores. El fotógrafo fue un veterano señor apodado “Michilot”.

Llegamos alrededor de las 9am. Mucha prensa televisiva y escrita estaba presente. Un toldo en las afueras de la casa aglomeraba a conocidos y extraños que se asomaban curiosos por la ventana para ver el ataúd. Adornos de flores acompañaban el duelo de los conmovidos familiares. Las declaraciones tanto del padre como del abogado de la familia no pasaron desapercibidas. Ellos exigían se investigue y castigue al enamorado puesto que él sabía que solía salir dopada del consultorio y no alertó a las autoridades. Tres de sus mejores amigas también dieron declaraciones. El tiempo transcurría lentamente y los periodistas aprovechaban para tomar desayuno en las bodegas cercanas. Joana y Michilot hicieron lo propio acompañados de un reportero muy experimentado en la materia periodística policial. Nos contó cómo veía él su trabajo y las enseñanzas que les da a sus alumnos universitarios.

A eso de las 10:30am anunciaron que Keiko sería llevada en andas hacia la casa de su abuela para recibir el último adiós. Previamente, su tía oró por ella en toldo y exigió que se hiciera justicia. Llantos y gritos acompañaron el recorrido hacia la casa de la abuela donde la esperaban más familiares, vecinos y amigos. Fueron

momentos muy emocionales. El padre y la madre rezaron por ella y porque se haga justicia. “¡Marjorih: presente!... ¡Qué queremos: justicia!”, gritaban.

El féretro continuó su recorrido hacia el colegio donde estudiaba. Antes de llegar, la carroza fúnebre se dirigió hacia un parque donde la esperaban sus amigos más cercanos. Ellos pertenecían, al igual que Keiko, al elenco de danza del colegio. Danzaron la misma coreografía que bailaban con ella al son de la banda escolar. Era una canción selvática. Al poco rato de empezar su baile, muchos se quebraron, mas nunca dejaron de bailar. La prensa captaba todo. El ataúd siguió su camino hasta llegar a la escuela. Allí aguardaban muy bien formados sus compañeros. El ambiente era variado. Había muchos que lucían relajados, incluso alegres. Otros lloraban. La prensa, la carroza, la banda y el elenco de baile ingresaron casi a la misma vez. Se generó un pequeño alboroto por el desconsuelo de los integrantes del elenco. Pasados algunos minutos la carroza siguió su recorrido hacia el cementerio.

Llegamos al mediodía a los Jardines de la Paz en Lurín. Poco a poco fueron llegando los familiares. La prensa no tardó en colocar las cámaras de tal manera que captaran de frente el entierro. Se dio una ceremonia muy sentida. El padre se despidió diciendo “ya nos vemos pronto, te dejo con tus abuelos”. Todos lloraban y gritaban al ver la tierra recibir el cuerpo sin vida de Keiko. A los pocos minutos de haber sido enterrada llegó el elenco de danza y la banda de su colegio, incluyendo el enamorado. La escena fue desgarradora. Todos emitían alaridos de dolor al ver que ya Keiko ya estaba bajo tierra. Uno de los chicos más desconsolados gritó: “¡Por qué no nos esperaron!”. Acto seguido se tiraron encima del pedazo de tierra que la cubría. La banda tocaba la misma canción selvática. Su enamorado lloraba en silencio sin perder de vista su placa. Los periodistas no paraban de filmar. Esto molestó a los jóvenes quienes exigían no ser filmados. La prensa no hizo caso y se generó una tensión fuerte de potencial violencia. Separaron al muchacho más quejumbroso quien no paraba de llorar. Los camarógrafos siguieron filmándolo. Los familiares se indignaron por el caos ocasionado. La madre casi se desmaya y algunos familiares se separaron del grupo para auxiliarla. Se dividió la ceremonia.

La banda seguía tocando y los lamentos no cesaban. Algunos familiares declaraban a la prensa. Unos quejándose de la presencia de la banda, otros contando cómo era Keiko en vida. La familia no estaba cómoda con la presencia de los escolares ya que estos habían declarado que la familia nuclear de Keiko no estaba casi nunca para ella, y que ellos mismos eran su familia en la práctica. La familia biológica desmentía esa versión. Ese fue el motivo de la división. Finalmente, poco a poco la prensa se fue retirando del lugar.

Regresamos a la base de redacción casi a las 3pm. Joana y Michilot compraron un almuerzo en la esquina de la calle que abastece a los trabajadores de la zona con menú. Lo comieron dentro del comedor de la empresa con sus demás colegas. Estuvieron hasta cerca de las 4pm. Luego subieron cada uno a sus sitios. Michilot descargaba las fotos y Joana redactaba la noticia central del día siguiente. De pronto se acercó el editor y le preguntó qué tenía. Ella describió brevemente lo recogido y él le dio unas pautas para construir su noticia.

De pronto un fotógrafo fue informado por el “pull” de medios y comunicaciones acerca de la muerte de una persona en un La Victoria. “Hay un frío en La Vicky”, me dice el joven muchacho. Raudos partimos en una móvil a cubrir el crimen. Llegamos y no solo la prensa televisiva ya estaba ahí, sino que unas cuantas decenas de transeúntes buscaban un lugar privilegiado desde donde observar lo ocurrido. Un hombre adulto que acababa de llegar al Perú tras vivir años en España fue baleado a plena luz del día en un restaurante de la Av. Manco Capac. El susodicho almorzaba con una mujer cuando un chico de entre 16 y 22 años ingresó al baño del local, se puso su capucha y no dudó en disparar tres veces al cuerpo del hombre. Antes de irse le disparó también en el brazo a ella para luego huir en un auto “tico” que lo esperaba en la esquina. El móvil parece haber sido un ajuste de cuentas. El restaurante no cerró totalmente sus puertas dado que los policías y peritos entraban y salían con frecuencia. Tanto la gente como los fotógrafos se aglomeraban en la puerta del mismo para tratar de divisar el cadáver que yacía tendido en el piso del local. Los trabajadores del restaurante eran interrogados. La gente que pasaba en los buses se quedaba atónita ante el hecho.

Peor aún los transeúntes quienes luchaban por un sitio para ver al muerto. Incluso mujeres con sus niños de la mano se quedaban paradas durante largo rato esperando a ver algo. Luego de casi hora y media, la móvil nos recogió. El fotógrafo tenía fotos bastante crudas del cuerpo sin vida y de las investigaciones de rigor. El fiscal brilló por su ausencia.

18/05/13

Llego 8am a la base de Epensa. Está prácticamente vacía. Solo uno que otro trabajador. Entre ellos los del turno mañana. Esta vez es Joanna (ex Chino) la encargada. La fotógrafa se llama Yodashira. El chofer es el mismo de la salida al entierro de Marjorie. Esta vez se muestra mucho más suelto. Bromean en el trayecto a la primera parada: el desayuno. Paramos en una juguería de un mercado cerca de la base en San Luis. Nos sentamos y cada uno pide su jugo y su sándwich. A cada rato se comunican con sus colegas del diario "Trome" para confirmar su llegada a la juguería. Pasado un rato llegan tres colegas, por lo que juntamos las mesas. Bromean bastante y conversan por media hora. Terminado el desayuno salimos hacia la carretera centra donde ha habido un choque. Llegamos luego de media hora y solo se bajó la fotógrafa a sacar una imagen del accidente. Seguimos nuestro camino inmediatamente hacia el Rímac, donde velan el cuerpo de Doris Vasquez, la chica de Huancavelica que fue asesinada por su pareja y enterrada en la fábrica donde trabajaba. El móvil del crimen fueron unos aparentes celos que tenía el hombre al ver que su mujer trabajaba vendiendo choclos con un señor en el puente Caquetá. La chica anduvo perdida durante casi un mes hasta que sus hermanos comenzaron a buscarla desesperadamente. El marido no quería dar la cara y tampoco se mostraba presto para resolver la situación. Ante la insistencia del hermano, el hombre aceptó su crimen y se entregó a la policía.

No había más de 20 personas en el velorio, contando algunos periodistas, entre ellos un reportero y un fotógrafo de "el popular". Los familiares servían pan con tamal de desayuno. Era una quinta muy angosta, como un pasaje, ubicada al costado de la fábrica donde ella fue enterrada. El féretro estaba en el mismo pasadizo, y algunas sillas albergaban a los familiares, quienes seguían explicando

detalles sobre lo ocurrido a los redactores. Contaban, por ejemplo, que la víctima había tratado de ser persuadida de vender a sus hijos. Al no aceptar, el sanguinario sujeto la habría golpeado sistemáticamente. La prensa pedía al hermano que se ponga de pie sosteniendo la foto de su hermana para la foto. No había muchos familiares, pues estos viven en Huancavelica. Vecinos compraban y leían los diarios populares más conocidos para ver la noticia estelar. De alguna manera se veían a sí mismos, y cómo eran vistos por la sociedad, al menos por ese día. Era un ambiente sombrío, silencioso. De muchas miradas antes que palabras. Luego de las declaraciones y las fotos, nos fuimos con rumbo a la comisaria de Ciudad y Campo en el mismo distrito de Rímac. Allí habían capturado a una banda de delincuentes juveniles que se dedicaban a asaltar vehículos de transporte público con armas de fuego. Cuatro estaban recluidos y uno había logrado escapar. Nuevamente solo “Ojo” y “el popular” presenciaron el evento: los ladrones desfilaron para las cámaras sostenidos por los oficiales.

Luego fuimos a la sede central de la DIRINCRI a conseguir información del asesino de Doris Vásquez. Solo Joana ingresó a las inmediaciones.

23/05/13 Turno madrugada

Las 11pm y la base de redacción del grupo Erensa estaba casi vacía. Solo quedaban dos redactores, un fotógrafo, un chico de limpieza y yo. No conocía a ninguno de los redactores. Una se llamaba Nataly y parecía no tener más de 26 años. El otro se llama Omar y llevaba trabajando 7 años en policiales del “Ojo”. El fotógrafo, de nombre Christian, era relativamente nuevo en la empresa. Entró especialmente al turno madrugada. Los demás suelen turnarse para cubrir este horario. La entrada es a las 11pm y se sale, en teoría, a las 7am. La salida dependerá de que no haya ningún caso importante próximo a esa hora. A diferencia de los turnos de mañana y de tarde, en los cuales se va en busca de la noticia a la ciudad, en el turno noche los reporteros deben esperar a que se manifieste algún caso a seguir dentro de la base de redacción. Para esto, uno de ellos revisa periódicamente la página web de los bomberos y la policía, además de estar contactados con sus colegas en simultáneo. El caso se seguirá dependiendo

la gravedad del incidente. En su mayoría, a esta hora se ven accidentes de tránsito causados por personas en estado de ebriedad. La gravedad del accidente se mide en base a la cantidad de patrullas de bomberos que acudan al lugar (se indica en la página web en tiempo real). Los redactores esperan impacientes a que ocurra algo para tener con qué hacer su nota. Si no consiguen nada duermen en el carro o entran a Internet.

Nataly es la primera que se asombra por mi presencia y me interroga. Luego de explicarle mi misión me va explicando su labor nocturna. Me lleva donde Christian, quien se ve muy interesado en ayudarme. Comienza a mostrarme las fotos de muertos que ha conseguido últimamente. Durante 20 minutos ambos me relatan cómo se fabrica la noticia a estas horas de la noche. Dado que los encargados del turno mañana siguen el curso de sus noticias, el levantamiento de información es mucho más rápido que los demás turnos. Por ejemplo, solo se recogerán declaraciones en caso de ser homicidio. Accidentes de tránsito solo se recogen datos básicos como nombres, edades, causa, lugar y hora.

Nataly anuncia que hay un accidente de tránsito en la Panamericana norte, a la altura de Puente Piedra. Hacia allá nos dirigimos. El chofer es una persona bastante locuaz. La móvil le pertenece al chofer. Cuenta muchas historias en el camino. De hecho, nos pasamos el lugar de los hechos por este andar contando que una vez trataron de robarle mientras manejaba en el desierto. Al llegar al lugar vimos que gran parte de la prensa ya lo había hecho. Tres trabajadores de la Backus salían de una celebración en la fábrica de la misma empresa. Al querer cruzar la Panamericana (por un semáforo), un bus de la empresa “Z Buss” proveniente de Huacho los impactó por el lado derecho del carro. El resultado fue fatal: un muerto y 2 heridos. El cuerpo del finado yacía a un lado de la pista con la cabeza cubierta por una bolsa negra. No hay rastros de sangre. Al otro lado, el carro destrozado. Alrededor de 25 transeúntes detenidos observando y comentando lo sucedido. Las cámaras registrando los restos del desafortunado, los redactores interrogando a los testigos. Estuvo con vida luego del accidente

pero la ayuda llegó demasiado tarde. De pronto llegan los familiares de la víctima. Su hijo rompe en llanto al confirmar que es su padre el perjudicado. Se arrodilla junto a él. Su hermano y su esposa no lo pueden creer. La escena es desconsolante. La prensa graba el sufrimiento. El hijo grita: “Dejen de filmar”, y la gente en la calle lo apoya exigiendo respeto. La mayoría de los camarógrafos apartan sus cámaras. Los redactores, incluyendo el de Erensa, continúan indagando acerca de las causas del accidente. Lo único seguro es que los trabajadores habían estado tomando. Algunos dicen que fue el bus el que se pasó la luz roja. Sea cual fuese la verdad, la ebriedad del conductor del vehículo afectado lo incrimina justa o injustamente. Recogidos los datos necesarios (lugar, hora, nombres, causa), nos dirigimos a la comisaría de Pro, donde estaban detenidos ambos choferes. El bus que impactó la camioneta reposaba en las afueras. La prensa televisiva no tardó en llegar. Todos querían la declaración de los mismos. Esperamos a las afueras. Todos los reporteros se conocían entre sí. Era un momento de relajación. Incluso bromeaban respecto del accidente recientemente ocurrido. Hasta un policía se unió a la conversación. La espera afuera de las comisarías es un acto habitual para los reporteros de este turno, sobre todo en caso de homicidios, ya que las declaraciones de los involucrados son básicas. Puede durar por horas. Pasaron 45 minutos antes que uno de los periodistas cayera en cuenta que los choferes ya no se encontraban en la comisaría. Los habían sacado por la puerta trasera.

Volvimos a la base de redacción a eso de las 2:15am. Dormimos en el mismo carro hasta casi las 3am que Nataly avisó del derrumbe de una pared en un cerro de San Martín de Porres. La constante garúa nocturna había corroído las bases de un muro que se vino abajo y afectó más de una vivienda en la urbanización “La milla”. Llegamos a las faldas del cerro en cuestión sin poder ubicar el lugar. Avistamos una patrulla policial que tampoco logra ubicar el lugar, por lo que Omar llama a sus colegas de RPP. Tras rondar el lugar nos encontramos con la móvil de ATV quien nos guía. El chofer de nuestra móvil prevé que su carro no podrá subir tal cuesta. Por tal motivo, Christian sube al carro de ATV para recoger las

imágenes correspondientes. Los demás nos quedamos esperando en las faldas con la policía. Duermen de nuevo.

Luego de casi media hora, Christian regresa con aproximadamente 40 fotos de lo ocurrido. Un par de decenas de vecinos preocupados declaran su indignación ante la falta de apoyo del Estado para construir un muro que les permita contar con agua potable. Felizmente no hay muertos ni heridos. Volvemos a la base como a las 4 y media y vuelven a dormir en el carro. A las 5:45am despierta Christian para ir descargando las fotos. Subo con él y encuentro a Nataly durmiendo sobre la mesa. Omar subiría antes de las 7am para subir su información en la web. El turno de la mañana ya se encargaría de seguir (o no) la noticia. Comienza un nuevo día.

3) DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LAS NOTICIAS ESPECTACULARES DE LA MUERTE

Primera fase: Selección del suceso y recolección de información

El primer paso de este proceso lo llevan a cabo los redactores y reporteros gráficos. Su primera tarea es detectar los sucesos fatales que han ocurrido en el presente día, para luego seleccionar aquel que será convertido en noticia. El modo de obtener dicha información varía según el diario estudiado. El diario “Ojo”, al contar con un presupuesto mayor al de “el chino”, tiene un completo y eficaz sistema informativo que los mantiene al tanto prácticamente las 24 horas del día. En cambio, el diario “el chino” utiliza estrategias alternativas para conseguir información, en su mayoría de segunda fuente. A continuación describiré ambos sistemas:

“El chino”:

Este diario dispone de solo una redactora y un fotógrafo para la sección policial. Ada y Mauro respectivamente. Ambos salen en busca de la nota diaria en un solo turno durante el día. Tanto Mauro como el chofer trabajan los días lunes, miércoles y viernes para esta sección. Los martes, jueves y sábado, ambos se dedican a cubrir la sección espectáculos. Ada trabaja allí recién desde noviembre del 2012. Mauro ya lleva un par de años. Ella solía redactar la sección local del “diario 16”, mientras que Mauro trabajaba por su cuenta como fotógrafo en diferentes eventos, y en una revista municipal.

La noticia se gesta para “el chino” en la sede principal de la DIRINCRI (**Ver foto 1**) en la Av. España, muy cerca de la plaza Bolognesi. Esta meca policial ofrece una sala de prensa en la cual se brinda información variada de los delitos y accidente acontecidos durante el último día. El medio es una nota de prensa diaria (**Ver foto 2**) que reúne los principales sucesos del momento (generalmente cometidos en la madrugada), la cual es ofrecida desde las 8am. Ésta detalla los datos principales de los protagonistas, el avance policial y la jurisdicción encargada del caso.

En esta sala tiene su oficina el jefe de comunicaciones de la DIRINCRI y sus secretarios. No obstante, no es inusual la presencia de tenientes y miembros especializados de la policía, quienes brindan información suelta en el transcurso de la mañana. Asimismo, en esta misma sala, los agentes policiales realizan ruedas de prensa en las que muestran desde armas y/o drogas incautadas, hasta asesinos y estafadores.

La sede central de la DIRINCRI, entonces, no solo indica los casos a seguir, sino que es una fuente de datos en sí misma ya que acuden los presuntos implicados, familiares de las víctimas, los peritos y los mismos agentes especializados encargados de las investigaciones. De hecho, algunos medios televisivos como Panamericana y ATV cuentan con “vigilantes” de la noticia: reporteros cuya labor es deambular en las inmediaciones de dicha sede aguardando alguna imagen o declaración privilegiada sobre alguno de los casos del momento. Ellos son los que mejor contactados están con la policía, por lo que siempre son consultados por los demás reporteros.

El contacto con la policía en este lugar es constante y muy importante en la obtención de datos. A Ada, por ejemplo, le costó mucho adaptarse a esta dinámica cuando recién llegó; pero poco a poco entró en el sistema recíproco haciéndose amiga de los reporteros y policías.

Periodistas de muchos medios acuden a recoger datos como nombres, edades, acusaciones, etc. La redactora y el fotógrafo de “el chino” llegan a este lugar directamente aproximadamente a las 11am a buscar la nota del día. Por lo general, todos los medios ya recogieron los datos. Ada, la redactora, suele preguntarles a sus colegas acerca de las novedades del momento. Lo mismo con Mauro, el fotógrafo, dependiendo de quién llegue primero. Las redes aquí son muy importantes para ellos porque los colegas amigos son muchas veces la mayor fuente de información, incluso superando a la nota de prensa. “El Chino”, dada su posición marginal en la competencia mercantil local, no representa una amenaza directa con ningún diario. Por tal, ambos reporteros son ayudados por la mayoría de los integrantes de los demás medios de prensa. Sin embargo, sus informantes más frecuentes son los reporteros del diario “el popular”. Una vez conseguida suficiente información base sobre el suceso a cubrir la redactora decide el destino del día, es decir, qué lugar será fuente primaria de datos.

El recorrido habitual cuando está disponible la unidad móvil consiste en ubicar la fuente de datos respectiva, la cual puede ser muy variada: el lugar donde ocurrió la muerte, el velorio, el entierro, la casa de la víctima, la casa de los deudos, la morgue, la misma DIRINCRI, etc. Es decir, cualquier intermediación donde haya gente involucrada o donde sea posible captar una imagen apropiada para la nota. Mientras que, cuando no hay una unidad móvil disponible, la DIRINCRI y la misma base de redacción son las únicas fuentes de información posible (desde la base se recicla información de las webs de otros medios). Pero eso ya es parte de la siguiente etapa del proceso de producción: la recolección de datos.

Como es evidente, el bajo presupuesto de este diario obliga a los redactores a usar una serie de estrategias que serán ampliadas posteriormente. En cambio, el “Ojo” dispone de un efectivo sistema de recojo de información. Paso a describirlo:

“El Ojo”:

Este diario cuenta con tres redactores encargados de cubrir las noticias policiales del día. Cada uno tiene bajo su tutela una de las grandes zonas de nuestra ciudad: Lima norte, centro y sur. Esta asignación va rotando cada semana y salen de la base de acuerdo a las urgencias que se presenten en la ciudad. A diferencia de “el chino”, este sí cuenta con una oficina especializada en enterarse de los accidentes, muertes y demás sucesos relevantes para la sección policial. La oficina de medios y comunicaciones (ver foto 3) se encarga de averiguar qué tragedias se suscitan minuto a minuto en los diferentes puntos de la capital tanto de día como de noche.

El sistema consta de tres mecanismos informativos. El primero es una señal de radio que emite las conversaciones entre las patrullas callejeras y las diferentes comisarías distritales. El segundo es la página web de los bomberos (ver foto 4) que actualiza su información en tiempo real e indica los accidentes ocurridos y su gravedad (la cual se mide según el número de unidades de bomberos que acuden a socorrer el accidente). El tercero es una lista de contactos policiales (ver foto 5) y periodísticos que sirve para solicitar y compartir información relevante como ubicación, tiempo, nombres, edades, etc. Normalmente hay un jefe de informaciones por cada turno (mañana y tarde), pero puede darse el caso que apoye algún otro redactor si hay más de un suceso a la vez. El jefe de informaciones está constantemente pendiente de estos tres mecanismos. Asimismo ordena y distribuye las 9 móviles con que dispone el grupo EPENSA.

En el turno madrugada, se quedan a “hacer guardia” dos redactores y un fotógrafo. Uno se encarga de revisar estos tres mecanismos previamente expuestos, y el otro va en busca de la nota cuando sea necesario, siempre acompañado del fotógrafo. Siempre hay accidentes de noche, lo cual no significa que logren salir en el diario. Los reporteros salen todas las noches, haya muerte no. Un accidente vehicular inocuo es suficiente para ser cubierto. La decisión de usar la nota en la sección policial depende del editor (y la existencia de otros sucesos de mayor relevancia). La sección policial dispone de diferentes tamaños

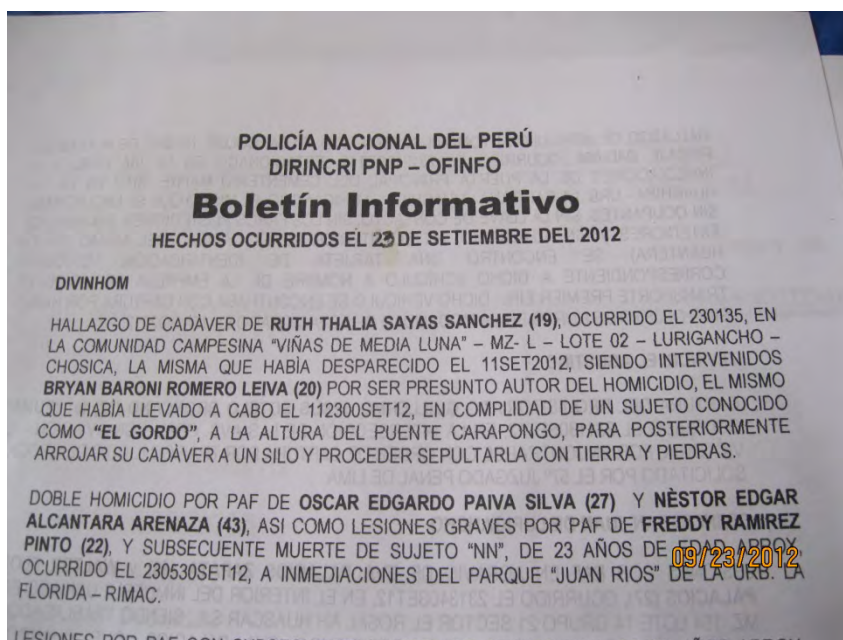
en su presentación, por lo que es muy probable que, sea la nota que sea, alcance a salir en el diario. Sin embargo, los reporteros prefieren las muertes ya que les dan más trabajo y así se aseguran un lugar mediano en la sección del día siguiente.

Fotos:



1

Periodistas de diferentes medios acuden a recolectar datos relevantes desde las primeras horas del día. Generalmente escogen el mismo caso, el cual se convertirá en noticia.



2

El asesinato de Ruth Thalía Sayas causó mucho revuelo en la opinión pública dado que, semanas antes, tanto ella como el asesino (su novio) participaron en un conocido programa televisivo en el que se ventilaron polémicos detalles de su vida privada.



3

El redactor del turno madrugada que se queda en la base debe estar atento a las fuentes que lo alertan de los acontecimientos nocturnos. Evidentemente, ya casi en la mañana, se encuentran muy cansados.

DIVTER SUR 1	CRNL	BAILON FARFAN, WALTER	# 326649
CEOPOL			# 421719
SOES	CMDTE	PAZ ALLASI, JUAN ROBERTO	# 421721
CIA MIRAFLORES	CMDTE	MONCADA BAGLIETO, IDELFONSO RAUL	# 421808
CIA SAN ANTONIO	MAY	DAZA CARO, EMILIANO	# 421713
CIA SURCO	CMDTE	DIAZ ZULUETA, JULIO	# 421737
CIA MONTERRICO	CMDTE	MOLFINO RAMOS, MANUEL	# 421723
CIA SAN BORJA	CMDTE	DA SILVA FEJOO, ELIAS	# 421715
CIA SURQUILLO	CMDTE	SAMAME SANCHEZ, ENRIQUE	# 421790
CIA CHACARILLA	CMDTE	ARTETA GUILLEN, JOSE MANUEL	# 421739
CIA SAN ISIDRO	CMDTE	CHACON MENDOZA, EULOGIO	# 421826
CIA ORRANTIA	CMDTE	LOAYZA SILVA, MARTIN CARLOS	# 421738
CIA BARRANCO	CMDTE	BABICHE MONTES, CARLOS YUPI	# 421671
CIA LINCE	CMDTE	LADRON DE GUEVARA LOVON, LUIS	*8981643
CIA SAGITARIO	CMDTE	SIM GALVA, COLLIN MACLEOD	# 421750
DIVTER SUR 2	CRNL	MENDOZA CASTILLO, GUSTAVO ALBERTO	# 422584
CEOPOL			# 421741
SOES	CMDTE	MORENO PANTA, LUCIO	# 421730
CIA S.J.M.	CMDTE	ROMERO VEGA, ELMER IVAN	# 421799
CIA PAMPLONA I	MAY	HUASASQUICHE LOPEZ, ENRIQUE	# 421836
CIA PAMPLONA II	MAY	HUASASQUICHE LOPEZ, ENRIQUE	# 421836

4

Los comisarios y comandantes son aliados muy importantes en la obtención de información de primera mano.

AL DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DEL PERU
COMANDO NACIONAL

EMERGENCIAS DIARIAS ☒ Actualizar e

ro Parte	Fecha y hora	Dirección / Distrito	Tipo	Estado
013-023895	22/05/2013 06:06:27 a.m.	CO. UMAMARCA M It 1 SAN JUAN DE MIRAFLORES	INCENDIO	ATENDIENDO
013-023894	22/05/2013 06:00:18 a.m.	PR. LUCANAS (PARINACOCNAS) 1200 LA VICTORIA	EMERGENCIA MEDICA	ATENDIENDO
2013-023893	22/05/2013 04:29:12 a.m.	AV. SANTA ADELA MZ A1 LT 15 EX FUNDO CHACRA CERRO 000 COMAS	INCENDIO	CERRADO
2013-023892	22/05/2013 03:20:23 a.m.	JR. AREQUIPA 3601 SAN MARTIN DE PORRES	EMERGENCIA MEDICA	CERRADO
2013-023891	22/05/2013 01:39:18 a.m.	AV. E. SANCHEZ FAJARDO (22 DE AGOSTO) (HONDURAS) CRUCE CON AV. UNIVERSITARIA COMAS COMAS	ACCIDENTE VEHICULAR	CERRADO
2013-023890	22/05/2013 01:35:15 a.m.	AV. LAS MALVINAS (JOSE CARLOS MARIATEGUI) CRUCE CON AV. PACHACUTEC (ATOCONGO) VILLA EL SALVADOR VILLA EL SALVADOR	EMERGENCIA MEDICA	CERRADO
2013-023889	22/05/2013 01:13:29 a.m.	AV. LOS QUECHUAS 1400 ATE	EMERGENCIA MEDICA	ATENDIENDO

5

La página oficial de los bomberos informa minuto a minuto la situación de los accidentes durante las 24 horas.

Segunda fase: Recolección de datos

Como ya fue mencionado anteriormente, el recojo de información relevante para construir las noticias espectaculares de la muerte es bastante variado, no solo en cuanto a sus fuentes sino también al modo de recolección. Dado que la muerte sucede en cualquier lugar y en cualquier momento, los reporteros deben estar preparados para moverse y *estar ahí* en el lugar de los hechos. Aquí graficaré las estrategias usadas para cumplir con este objetivo.

- “El chino”:

Tras haber identificado qué caso se convertirá en noticia, Ada y Mauro tienen básicamente dos opciones dependiendo del día de la semana. Si es lunes, miércoles o viernes (y si le han pagado a la móvil ese mes), los reporteros se dirigen a donde esté ocurriendo algo digno de ser fotografiado o contado. Por lo

general van al velorio del difunto a tomar declaraciones de los deudos y averiguar los pormenores y causas de la muerte. Sin embargo, el universo de lugares ricos en datos es muy amplio (desde el centro de estudios del finado hasta una comisaria). Ellos se enteran de qué lugar es privilegiado en información por medio de sus colegas y amigos en la DIRINCRI o por celular. Casi siempre son los últimos en llegar. Dado que la sección policial de este diario no es muy amplia, si el caso no es sonado, se quedan el mínimo tiempo posible en dicho lugar, en especial porque la móvil solo está contratada de 11am hasta las 2pm. La información que le faltó recoger la recoge de las páginas web de los demás medios, o se la pide a algún colega de otro diario. Terminan su labor alrededor de las 5pm.

Se da el caso, también, que el lugar rico en datos sea la sede central de la DIRINCRI misma. Esto sucede cuando los agentes especializados de la policía realizan alguna conferencia de prensa presentando a algún asesino, o cuando los familiares, ya sea de la víctima o los implicados, acuden a visitar a su ser querido. La mayoría de estas muertes resaltan por su espectacularidad y captan la atención de la opinión pública, nos detendremos en eso más adelante. Solo así se quedan en la meca policial.

La segunda opción es, siendo martes, jueves, y sábado, la reportera va sola a la DIRINCRI a realizar su labor diaria. El fotógrafo solo la acompañará si se presenta un caso excepcional que requiera una imagen propia. De lo contrario ella tendrá que pedir a algún fotógrafo que le brinde una imagen, o intercambiar información por la misma para poder armar su nota.

Por último, en el remoto caso que no haya ocurrido ninguna muerte espectacular digna de ser reportada en la capital, Ada recurrirá a las páginas web de provincias para construir una nota a partir de ellas.

- “El Ojo”:

El recojo de información de este diario es mucho más completo. La información recogida en el campo será utilizada por el “Ojo”, “Correo” y “Ajá”. A diferencia de

“el chino”, el grupo EPENSA trabaja con nueve unidades móviles para trasladar a sus reporteros. Como ya se mencionó, son tres los redactores y un fotógrafo en el turno mañana, y un redactor con su fotógrafo en el turno madrugada, quienes salen a diario. Puesto que EPENSA dispone de un eficiente sistema de vigilancia, los reporteros se movilizan directamente al foco de la noticia. Normalmente hay más de un caso al día, por lo que se reparten las grandes zonas de la ciudad (Norte, centro y sur). En el turno noche, en caso haber más de un caso, se tratará de abordarlos uno por uno.

Durante el día, los lugares ricos en datos son los mismos previamente descritos. La diferencia es que EPENSA va directo desde su base, sin necesidad de acudir a la DIRINCRI. Llegan casi al mismo tiempo que las grandes cadenas televisivas. Sus colegas más cercanos y amigos son los reporteros del “Trome”. Con ellos intercambian la mayor parte de información, a menos que sea una exclusiva. Dado que la mayoría de reporteros ya vienen trabajando buen tiempo en la misma labor, han llegado a establecer fuertes relaciones de reciprocidad con los demás medios, sobre todo escritos.

El recojo de información se realiza en un ambiente bastante relajado y hasta ameno, en contraste con los contextos en los que se ven envueltos. Incluso en el turno noche esta vivacidad no se pierde. Los reporteros, a cualquier hora del día, están en constante contacto con el centinela en la base.

El turno de madrugada (o noche) es más pausado pero no menos intenso. La mayor cantidad de muertes se producen en la noche, las cuales son ampliadas en la mañana. Por ello, durante la madrugada solo es necesario reunir datos concretos y básicos sobre la muerte en particular: ubicación, hora, víctima, móvil y punto. Las fotos sí son cruciales en el lugar de los hechos. La mayoría de casos a esta hora son accidentes de tránsito, y algunos homicidios.

Sea la hora que sea, el descargo de las notas o imágenes es inmediato. El turno de día comienza a las 7-8pm y termina a las 6pm aproximadamente, mientras que el turno noche empieza a las 11pm y acaba a las 7am. No obstante, si aparece

una muerte muy espectacular cercana a las horas de salida, su labor debe continuar hasta que cierren dicha nota. Por ejemplo, en el caso del globo aerostático, el turno madrugada tuvo que dirigirse hasta cañete a las 6am.

Finalmente cabe resaltar que durante la tarde, hora en la que se redactan las noticias del día siguiente, la cantidad de redactores/reporteros prestos a salir al campo es mínima. Por lo tanto, si hay un caso a seguir, es probable que se mande solo a un fotógrafo, para luego conseguir la información necesaria por medio de la policía o el intercambio con otros medios (imagen por datos).

Tercera fase: La base de redacción

“El chino”:

La jornada de trabajo de los reporteros comienza a las 11am en la DIRINCRI buscando casos a seguir, y culmina con la entrega del mismo a los editores alrededor de las 6pm. Normalmente el recojo de información termina a las 2pm. Tanto Joana (cuando estaba trabajando en este diario) como Ada almuerzan durante una hora antes de sentarse a redactar, no sin antes haber mantenido una breve charla con el director acerca de lo encontrado en el día (Ver foto 7). El proceso de redacción dura un par de horas aproximadamente. Sus libretas de notas deben estar cargadas de datos relevantes. Muchas veces llama a colegas de otros diarios a confirmar información, casi siempre al “popular”. Mientras escribe, va revisando las páginas web de los demás centros informativos para corroborar la información.

Mauro, el reportero gráfico, trabaja en un piso aparte donde también se encuentra el archivo de la editorial. Apenas llega se dirige a descargar todas las imágenes que ha tomado durante el día. No todas las fotos que él toma son entregadas al editor gráfico. La mayoría las guarda para ser publicadas en su blog personal, no sin antes separar las más ilustrativas del caso y guardarlas en una carpeta especial. La selección y diagramación son trabajo del editor gráfico.

“El chino” solo cuenta con un editor general para el texto y uno gráfico, quienes cumplen la misma labor en los demás diarios de la editorial. Dado lo arduo de esta labor, el director del diario suele complementar su función en ocasiones eventuales. Incluso, cuenta el director, hay veces que llega a redactar ciertas notas que faltan. El editor corrige el estilo y redacción del reportero. Nunca añade cosas, pero puede llegar a quitar algo. Esto ocurre muy rara vez en caso necesiten más espacio a última hora. El editor gráfico selecciona y determina el tamaño y la disposición que tendrá la imagen con respecto a la noticia misma.

Luego de este filtro, la nota completa llega a manos del director, quien determina el espacio que tendrá la noticia en el producto final. El lugar en el diario y su tamaño dependen de la espectacularidad de la misma. Una muerte puede llegar a ser portada, con tal de cumplir con la espectacularidad necesaria. Una muerte “común” obtiene un lugar secundario en la sección policial; una llamativa, uno central. El cierre de edición es máximo a las 8pm.

La disposición del espacio es muy parecida a la de una cabina de Internet, es decir, con computadoras contiguas en una gran columna, una de espalda a la otra en una hilera. (ver foto 6)



6

Los cuatro diarios de la otrora editorial “Montecristo”, ahora “Lobo” (El chino, El men, La razón y Todo Sport), trabajan en un mismo piso sin una separación material. Los únicos que tienen un pequeño espacio propio son los directores de cada diario. Estas pequeñas oficinas se encuentran a un lado de la sala.



7

Como se puede apreciar en la imagen, estas oficinas están provistas de los demás diarios del día para revisar y cotejar tanto la información recogida como por recoger.

“El ojo”:

A diferencia del “chino”, la labor periodística de este diario comienza y termina en la base. Los reporteros policiales no necesitan comenzar su día en la DIRINCRI dada la logística desplegada para ubicar las muertes suscitadas durante el día (o la noche). Estos solo deben acercarse a la oficina de medios y comunicaciones para recibir la indicación de qué accidente/muerte seguir. Desde esta oficina se coordinan los movimientos de las numerosas móviles con que dispone el grupo



9

El ambiente de la base de EPENSA es bastante laxo. Numerosas pantallas con programas noticiosos y deportivos atiborran la sala durante todo momento. Esto permite que los redactores puedan conversar libremente. Durante la mañana aproximadamente el 20% del personal acude. A partir de las 3pm el lugar se llena y tanto redactores como fotógrafos se concentran en sus respectivas notas.

A las 5pm, ya habiendo sido informado de las notas recogidas, el editor va armando la sección policial. El director es informado, a su vez, por el editor. Finalmente, alrededor de las 6pm, el director, editor y los jefes de cada área/sección sostienen una reunión en la cual se discute y decide qué noticias van en la portada del día siguiente (ver foto 10). El cierre del “ojo” no tiene un horario fijo, pero no pasa de las 8-9pm (salvo un caso extraordinario).



10

4) CRITERIO DE SELECCIÓN DE LA NOTICIA

La respuesta a la pregunta por cómo una muerte particular termina siendo una mercancía publicable comienza por conocer el criterio de selección de los sucesos y distinguir la lógica que lo rige. Muertes hay todos los días, pero solo las mínimamente llamativas conseguirán un espacio en el diario. La elección, el tamaño en la sección y la duración en los medios dependerán de su grado de *espectacularidad*; es decir, de cuánto **impacto** mediático se espera que tenga. Este impacto está definido, a su vez, por el nivel de **imprevisibilidad** de la muerte ocurrida, ya sea por la forma extraordinaria en la que se dio el deceso, o por alguna característica inusual de la víctima. Paso a analizar lo encontrado en el campo.

Pese a que los medios para enterarse y seleccionar los casos sean distintos, el criterio de selección es básicamente el mismo en todos los diarios populares. De hecho, muchos de los redactores en su rutina diaria acuerdan en seguir la misma nota para no “bailarse”: “Yo chequeo con ellos...por ejemplo si me toca con alguien del TROME o POPULAR nos ponemos de acuerdo qué noticia, qué ángulo

vamos a sacar para tener notas iguales...no bailarnos". "Bailar" en palabras de la redactora del OJO, Joana, es: "que uno saque una nota y otro no". Esto lo hacen de vez en cuando para prevenir que algún redactor se quede fuera de la pauta que siguen los demás medios. Esto solo sucede cuando los redactores en cuestión se tienen mucha confianza y compañerismo. De cualquier modo, así no se haga este pacto, es muy raro e improbable que no se escojan los mismos casos a seguir. Es posible afirmar, entonces, que en general se maneja el mismo criterio de selección en los diferentes diarios populares que tienen en su sección policial uno de sus principales atractivos.

La mayoría de los redactores entrevistados concuerdan que lo que más atrae la atención del público es el "morbo" por la sangre. "En general, y aunque suene crudo...siempre han sido las notas sangrientas. Eso es lo que cautiva al público" (Shirley, ex editora Ojo). Y, en efecto, es cierto que mientras más sangre se vea en un caso (ya sea por el número de muertos o por lo aparatoso del deceso) mayor será la cobertura que recibirá por parte de los medios. Sin embargo, el criterio es en realidad mucho más complejo pues también es tomado en consideración el contexto de los involucrados en el caso. Tanto la vida personal del difunto como elementos circunstanciales del mortal momento son de suma relevancia para armar una *historia* y luego poder darle (lo que los redactores llaman) *color* a la noticia: "La que tenga más historia, en la que puedas exprimirla y sacarle una historia bonita...eso uno por criterio tiene que elegir" (Patricia, redactora Ojo). Paso a presentar los factores que determinan el nivel de espectacularidad.

Escalas de espectacularidad:

El caso más elemental de todos los posibles es un accidente, en su mayoría de tránsito, en el que haya uno o más muertes. Incendios, derrumbes, y cualquier tipo de muerte accidental de personas cualesquiera. El número de muertos del accidente elevará el nivel de espectacularidad: "si hay 10 muertos en un accidente, aunque no nos guste, tiene que ir en la portada (Director del diario Ojo).

Es muy recurrente ver a obreros de construcción ser aplastados por malas construcciones que se derrumban².

El siguiente nivel de espectacularidad responde al grado de imprevisibilidad de la muerte. Muertes accidentales (y suicidios) que no suelen suceder muy a menudo. Ahora, el carácter inusual puede estar dado, por un lado, por cómo murió; y, por otro, quién murió. Por ejemplo, “Un suicida es un suicida más en la lista, pero si se mató echándole veneno a una torta de chocolate para suicidarse comiendo algo rico...entonces ya la cosa cambia, es una historia que merece la pena más espacio” (Editor de Ojo). Aquí el caso resalta por la forma de morir. También influye las características personales del difunto: “Una muerte puede ser una muerte normal y común, pero si es la sobrina de fulanito de tal, cobra notoriedad...por más que sea un suicidio común y corriente, si es familiar de algún político o personaje de la farándula, va a ser más notorio ¿no?” (Patricia, redactora Ojo)

Casi todas las semanas vemos casos como estos. No obstante, al no existir ningún móvil o interés ulterior de por medio, no es necesario recoger declaraciones o conocer a fondo el contexto. Este tipo de muerte (que luego llamaremos *cerrada*) pierde su efecto mediático prácticamente el mismo día que fue contada, y la nota en la sección será escueta.

Luego están las muertes premeditadas o asesinatos. Desde un “ajuste de cuentas” hasta un parricidio, estos casos obtendrán un sitio fijo no menor en la sección policial del día siguiente, y muy probablemente se le hará un seguimiento durante varios días de la semana. La espectacularidad de estos crímenes se puede categorizar de acuerdo a:

- a) la relación entre la víctima y el asesino
- b) el móvil
- c) forma de matar

² En el 2012 hubo 29 víctimas de este tipo.

“Si el móvil es los celos o cualquier tipo de conflicto personal entre la víctima y el agresor, eso capta mucho la atención” (Patricia, redactora Ojo). Mientras más cercana sea la relación entre el agresor y el finado, mayor será la atención mediática. A su vez, la causa del crimen alimenta el interés periodístico. El modo en que se da muerte a alguien (el arma, la sangre, los testigos) también es tomado en cuenta.

Entre los más comunes y llamativos están los casos en nuestro de feminicidio.³ Los llamados “crímenes pasionales” son los favoritos de la prensa local debido a que son adecuados para armar un relato novelesco: “Si tú tienes un crimen por el asalto a un banco, matan a un delincuente...y el mismo día tienes el crimen pasional de un sujeto que mató...el crimen pasional va a tener más interés porque hay detrás una historia” (Patricia, redactora Ojo). Dado el sufrimiento y el ambiente trágico, los redactores aprovechan para elaborar un drama social parecido a una novela⁴. Este tipo de muerte la denomino *abierta* por la posibilidad de seguir siendo considerada noticia después de varios días de ocurrida y por la necesidad de recoger información del contexto, declaraciones, fotos en vida, etc. Profundizaré sobre esto más adelante.

Un aspecto transversal a todas estas categorías es la muerte de alguien famoso o inusual: “Alguien que salga en pantallas o que por lo menos haya sido algo de una persona que es famosa. Por ejemplo, la mujer que apareció apedreada en Puente Piedra era la peluquera de Janet Barbosa...ahí ya bacán” (Ada, redactora del “Chino”). Ser conocido o cercano a alguien conocido añade espectacularidad a cualquier muerte. De hecho, en caso de morir alguien famoso, el caso deja la sección policial para ocupar las páginas centrales de los diarios. Además, según varios redactores, la muerte de personas de las clases mejor acomodadas, puesto que casi nunca suceden, captan mucha atención: “Si pasa en un estrato así

³ Solo en el 2012 se registraron 97 feminicidios en el Perú, 24 en la capital. (Fuente: El Comercio)

⁴ El menos común de los casos (y el que causa mayor revuelo de por sí) en este nivel es el parricidio. Hemos visto tres casos bastante polémicos en los últimos años en nuestro medio: Elita Espino, Giuliana Llamoya y Eva Bracamonte.

pobre...no es mucha noticia. Pero si fuese una clase media o alta...ahí si vendería más. La noticia se podría seguir 5 ó 6 meses...3 años, 4 años como lo de Clímaco ¿no? Pero bueno esas muertes siempre pasan en conos, provincias.” (Ada, redactora “chino”).

Resumiendo, si bien la escala que acabo de plantear sirve para más o menos ubicar determinada muerte en su respectivo nivel de espectacularidad, esta es flexible. Por ejemplo, no necesariamente una muerte premeditada será más espectacular que una accidental: “Tienes a un atropellado y a un asesinado. Así de una gana el asesinado porque alguien te mató a propósito, el otro es un accidente. Entonces, si al asesinado lo mataron en venganza, le va a ganar al atropellado de la esquina. Pero si es al revés, al asesinado lo mató un sicario y el otro era una viejita que pasó en luz verde y la combi vino a toda velocidad y la mató, y encima se escapó...ahí gana la viejita” (Felipe, Editor Ojo). En este sentido, es la combinación o intensidad de los factores previamente descritos lo que determina el nivel de espectacularidad de la muerte. Pero, sobre todo, se busca un caso en el que se pueda resaltar algún drama social que contenga figuras arquetípicas definidas como un héroe o un culpable definido: “(Se busca) El drama humano dentro de la tragedia. Si hay una madre que murió con sus 5 hijos o algunos hechos relevantes como algún pasajero que llevaba mucho dinero...según el ángulo que se pueda destacar mejor como noticia” (Gilmer, redactor del “popular”).

Finalmente, tendrán un atractivo especial los casos criminales sin un culpable confeso (o no habido) ya que la investigación policial puede durar semanas en las cuales la prensa adquiere un rol estelar, no solo como impulsor de la investigación policial por la presión que ejerce en la opinión pública, sino por lograr mantener expectante al consumidor por saber algo más sobre el caso. Profundizaré en esto en los siguientes capítulos.

Para terminar, es preciso señalar que este criterio de selección de noticias, según los mismos productores (redactores, editores y directores), es algo que no se aprende en ninguna universidad, sino que se aprende en la calle. Danilo, director

del diario “el chino”, dice: “La experiencia te enseña a tener un olfato periodístico para saber lo que vende, por donde la tienes que levantar para que interese a la gente...eso nunca lo vas a aprender en la universidad”.

Sin embargo, en los últimos años se han venido aplicando medidas para evaluar el gusto del consumidor en algunos diarios: “Al director le llegan todos los días los reportes de ventas del diario. Entonces él sabe que si ponía lo de Corea del Norte le iba a levantar las ventas, y si a los 2 o 3 días no sube, ya se cambia” (Felipe, Editor Ojo). Como muestra la cita, en el diario “Ojo” el director tiene acceso al reporte de ventas todos los días, el cual le va dando una idea de qué noticias/portadas son las que prefiere el público. Además, periódicamente se realizan estudios de mercado (grupo focal) para conocer cómo va evolucionando el gusto del consumidor. El director del mismo diario señala que “las empresas serias como el grupo Comercio y EPENSA (ahora una sola empresa) tienen una forma de investigar el mercado. Y a medida que vas investigando debes adaptarte”. Redactores del diario popular mencionan que también se ha realizado grupos focales en dicha empresa.

De cualquier manera, considero que los resultados que arrojan estas medidas no llegan a afectar el criterio de selección de las noticias (en este caso policiales), sino que más bien sirven para indicar la aceptación que tiene tal o cual tema determinado que se quiera explotar a corto plazo, ya sea como portada o en el cuerpo. Lo que sí puede llegar a cambiar a largo plazo es la sensibilidad o preferencia del público respecto a ciertos temas o modos de exhibir las noticias, con lo cual sí se efectúan los cambios respectivos. El problema es la imposibilidad de percibir de qué lado del círculo vicioso es que comienza a darse este cambio ya que es un fenómeno procesual y complejo.

5) REPORTEROS EN EL CAMPO

Desde que el caso a seguir es escogido, comienza la más trabajosa y sacrificada parte del proceso de producción de la noticia espectacular de la muerte. Son poquísimos los datos que están esperando a ser recogidos por los reporteros en la nota de prensa de la DIRINCRI (nombre, edad, causa del deceso, etc.). La mayoría de la información requerida debe ser recolectada en el campo para luego construir el relato de a partir de ellos. Naturalmente, la cobertura periodística que recibirá el caso dependerá de qué tipo de muerte se trate⁵ y de su nivel de espectacularidad.

A continuación presentaré las estrategias de las que se valen los periodistas para poder regresar a la base de redacción con la información necesaria para elaborar su noticia, así como las características de los principales aliados con los que cuentan dichos productores.

“Estar ahí”:

Como bien menciona Carlos (videreportero del canal 5 cuyo trabajo es vigilar la sede central de la DIRINCRI): “Esto no es como los demás trabajos que uno tiene un horario. Uno puede estar tranquilo sin hacer nada todo el día y la noticia llega de momento, de pronto entra una noticia con fuerza”. Por eso, los reporteros están preparados para ir en busca de declaraciones, datos policiales, imágenes, etc., adonde sea y en el momento que sea. Pero ¿cómo saben dónde está la noticia? ¿Qué fuentes de información primaria y secundaria tienen? La respuesta está en las redes sociales que conforman, por un lado, con sus contactos policiales, quienes los informan constantemente acerca del desenvolvimiento de los casos; y, por otro, con colegas allegados que estén dispuestos a compartir su información. Paso a presentar las vicisitudes y estrategias con las que afrontan el día a día en la recolección de datos.

⁵ Si es un caso cerrado o abierto. Se profundizará posteriormente.

De reciprocidad generalizada y bienes escasos:

Incluso más necesario que contar con contactos policiales es contar con colegas amigos con quienes intercambiar o corroborar información. El compañerismo se vuelve necesario en el día a día de los reporteros puesto que todos buscan prácticamente la misma información. Al seguir los mismos casos, estos se encuentran en los mismos lugares privilegiados en datos: velorios, casa del difunto, casa de deudos, etc. Es muy difícil que no se generen lazos de profunda amistad entre colegas dada la confluencia de objetivos en común. Sin embargo, no todos son amigos de todos, sino que se tejen redes de compañerismo según el medio al cual se sirve.⁶ En el caso de los diarios escritos, casi todos se conocen, mas no todos son lo suficientemente amigos como para compartir información. Cada reportero escrito o gráfico cuenta con mínimo dos o tres colegas con los cuales puede cotejar e intercambiar información⁷. Ahora bien, la información que circula entre esta red de confianza es de tres tipos:

- 1) **Reciprocidad generalizada:** La información más pedida y difundida entre colegas son datos específicos de las víctimas, deudos o asesinos tales como apellidos, edad, distrito de procedencia, profesión, centro de estudios, o, inclusive, una declaración. Debido a que esta información es de conocimiento público (puede encontrarse hasta en la nota de prensa) puede ser consultada en cualquier momento y no se exigirá nada a cambio. No obstante, el abuso de este beneficio puede llegar a desequilibrar la relación.⁸
- 2) **Trueque:** Se establece una equivalencia entre dos datos concretos como, por ejemplo, posibles móviles, algún sospechoso, alguna dirección de un lugar especial rico en datos, una foto, etc., y se decide intercambiar. Esta transacción es muy poco común ya que se hace difícil establecer una

⁶ Es muy improbable que un reportero televisivo intercambie o brinde algún dato a un redactor, pero es posible.

⁷ Aquí la distinción entre fotógrafo y redactor casi no existe en tanto es posible intercambiar datos por fotos. Sin embargo, generalmente son los redactores quienes toman las decisiones del equipo reportero.

⁸ Se notó cierta vergüenza en la reportera del “chino” luego de solicitar varias veces por información en una ocasión.

equivalencia entre este tipo de bienes. El intercambio se da eventualmente entre reporteros necesariamente cercanos.⁹

- 3) “**Lógica del don**”: Se da también entre personas de suma confianza. Un dato o foto se otorga a manera de favor y se espera una retribución de algún tipo en un mediano plazo. La simetría de la relación se rompe hasta que el favor es devuelto con otro.

La modalidad de intercambio, consulta o petición dependerá siempre del nivel de confianza entre reporteros (incluso editores llegan a participar de este sistema). Las consultas o intercambios se dan tanto durante el tiempo de recojo de información como en el de redacción. En el campo, es muy común consultar o pedir información determinada a otro reportero no necesariamente cercano, por ejemplo, si es que se llegó tarde a una comisaría donde acaba de declarar el policía. El hecho de estar cara a cara facilita el pedido y la entrega. En cambio, los pedidos o consultas por teléfono solo se hacen con reporteros cercanos y de confianza.¹⁰ Estas redes de reciprocidad facilitan la labor de los reporteros de manera superlativa. El esfuerzo diario sin ellas sería prácticamente el doble. No obstante, el compañerismo previamente expuesto tiene un límite muy definido: **la exclusiva**.

Paralelamente a este sistema de reciprocidad se vive una pugna silenciosa por conseguir información o imágenes que nadie más tiene. Una nota exclusiva que permita tener la primicia al día siguiente para una venta exitosa segura. Patricia, redactora del “Ojo”, nos cuenta sobre este límite: “Sí se cruza información...pero si tengo un dato que sé que ellos no tienen...no se lo voy a dar”. En su mayoría se trata de fotos o datos escabrosos del difunto o sospechoso que se consiguen interrogando a los deudos o a algún policía. No es muy fácil que cualquiera de estas fuentes decida brindarle información a un solo medio, pero pasa de vez en

⁹ “Si tuviese yo algo, ahí si le pido la foto, pero qué le voy a dar si no tenemos nada” (Yodashira, fotógrafa Ojo)

¹⁰ Por lo general, el compañerismo se da entre todos los medios, aunque algunos reporteros afirman que hay ciertas rivalidades tácitas entre grandes corporaciones como el Grupo La República y EPENSA, por ejemplo.

cuando. Tampoco es casualidad que las exclusivas casi siempre estén en manos de las grandes corporaciones mediáticas del país (El Comercio, Grupo La República, RPP) puesto que cuentan con un mayor prestigio que los demás medios¹¹. Por tanto, la nota exclusiva es un bien escaso que todo reportero sueña con obtener.

Pasando a otro punto, no siempre fue posible este libre flujo de información entre colegas. José Velasquez, fotógrafo del “Ojo” desde la década del 50, acota que: “jamás podía uno compartir la parte gráfica o la parte de texto”. Además cuenta que fue recién “en el año que entra el gobierno de Velasco...ahí se apertura entonces la prensa para todos los medios porque el mismo gobierno dijo que toda la información se la vamos a dar, y a su vez ustedes compartan lo que crean conveniente...o sea que autorizó a que se comparta”. Es revelador que haya sido justamente el gobierno de Velasco el que propuso la iniciativa de “democratizar” la información, dado el corte redistributivo del mismo.

Contactos Policiales:

La sede central de la Dirección de investigación del Crimen (DIRINCRI) no solo es el centro más importante de investigación policial, sino que, por lo mismo, es la principal fuente de información sobre muertes. Allí acuden todos los medios masivos de comunicación a recoger diferente tipo de información. Periodistas y policías conviven a diario en un mismo espacio: la sala de prensa de este edificio y sus alrededores. Desde esta sala se actualiza y publica la información oficial de las muertes y sus investigaciones. La policía tiene tres maneras de brindar información a la prensa:

1) Mediante una **nota de prensa** que detalla los crímenes que se vienen investigando y las muertes accidentales del día anterior. La misma se actualiza a diario y está disponible al público en general.

¹¹ Una reportera televisiva del canal 9 me comentó que tenía conocimiento de un caso en el que la policía había vendido declaraciones del culpable detenido en las inmediaciones de la DIRINCRI. Pero es un dato no confirmado.

2) La convivencia en un mismo espacio permite que se generen lazos de amistad entre los reporteros y los distintos agentes policiales quienes se especializan en homicidios y tienen sus oficinas en esta sede. Estos agentes entran y salen de la misma con regular frecuencia, momento que aprovechan los periodistas más allegados para interrogarlos acerca de los avances de las investigaciones. Así, se mantienen **conversaciones informales** en las que se va filtrando información valiosa. Es preciso aclarar que son muy pocos los periodistas (generalmente televisivos o con bastante recorrido) que cuentan con este privilegio, ya que es necesario tener un alto nivel de confianza con el policía.

c) Conforme las investigaciones van dando sus frutos, los agentes especializados se encargan de difundir los hallazgos a la prensa. Lo encontrado se publica por medio de raudas declaraciones oficiales que se dan prácticamente al paso, en caso el hallazgo sea pequeño; o formales **conferencias de prensa** en un pequeño auditorio ubicado al interior de la sede, cuando se ha capturado a alguien y se quiere mostrar la evidencia.¹²

En este sentido, es imprescindible para un reportero entablar una amistad con los policías y así contar con su ayuda constante: “Si no tienes una fuente policial tú no puedes hacer un trabajo completo” (Shirley, ex redactora Ojo). Tal es el flujo de información que existe entre reporteros y policías que muchas veces ni siquiera deben ser interrogados: “A veces la policía misma llama a la prensa, a veces nosotros llamamos a la policía. Es una comunicación mutua” (Carlos, video-reportero de Panamericana TV.). Muchos reporteros cuentan con los números telefónicos de los policías, y viceversa, para poder comunicarse desde cualquier sitio.

Adicionalmente, así como los contactos policiales son importantes dentro de la DIRINCRI, también lo son en las jurisdicciones de los diferentes distritos de la

¹² Otra fuente de información en este lugar, pero que ya no involucra a la policía directamente, es el momento en que los detenidos son llevados a declarar a dicha sede. Bajan de las patrullas con la cabeza gacha y son fotografiados cuantas veces puedan. No falta algún reportero que haga preguntas que generalmente no son contestadas. Además, ya que los detenidos suelen quedarse más de una noche allí sus familiares llegan a llevarles diferentes cosas y son interrogados también.

ciudad capital, ya que muchas veces las comisarias locales son también fuente de información (sobre todo cuando se detiene a alguien preventivamente para que brinde su declaración). Otra oportunidad de recabar valiosa información para los reporteros es hacer el acompañamiento de la reconstrucción de los asesinatos en el lugar mismo del crimen. Los reporteros son informados desde la sede central de la DIRINCRI, quienes se dirigen rápidamente en sus móviles hacia el lugar de los hechos.

Para terminar este punto, es importante señalar que no siempre la policía se muestra generosa con la información. Joana, ex redactora del “chino” y actualmente en “Ojo” menciona que dicha generosidad “depende del caso. En el caso de Ruth Thalia estaban muy cerrados los de la policía. Mientras más llamativo sea para la población, más cerrado”. Lógicamente, dada la conmoción social que causan ciertos casos, la policía se mantiene hermética para evitar especulaciones, lo cual muchas veces da pie a que los redactores armen la nota en base a conjeturas.

Los deudos: de consumidores a actores

Los deudos de los difuntos cumplen un rol central en el desarrollo de las noticias espectaculares de la muerte debido a que son la principal fuente de información acerca de la vida de las víctimas; pero, más aún, por ser protagonistas del drama social que surge ante la muerte de un ser querido, el cual luego será narrado en la historia/noticia.

La mayoría de veces se busca a los deudos en los velorios (algunas otras en el lugar mismo del fallecimiento). La prensa interrumpe el curso normal del mismo con la incursión repentina de cámaras y redactores. La reacción de los familiares puede variar según el contexto de la muerte. Si la muerte fue accidental es común que los familiares muestren recelo e incomodidad ante la presencia ajena, pues los periodistas llegan a interrogar bruscamente para luego partir lo más rápido posible. Dado que no hay ningún móvil detrás, solo buscan una imagen del difunto

en vida¹³ (o registrar una imagen que muestre el sufrimiento de la familia) y algún dato curioso. Apenas consiguen lo mínimo necesario parten del lugar, raudos. Algunas otras veces los familiares se muestran herméticos y obligan a la prensa a escapar.

Sin embargo, si la muerte fue premeditada, la prensa es tomada como medio de desfogue y visibilización frente a la sociedad mayor. Las declaraciones del entorno son fluidas e iracundas. Tratan de mostrar cuanto se pueda el sufrimiento en el que se ven inmersos para luego acusar al culpable o sospechoso reclamar justicia. La prensa es vista como un puente hacia la resolución del caso¹⁴. Gilmer, redactor del “popular” nos comenta: “El ambiente que rodea (es lo que atrae más) porque nos permite tratar de armar un rompecabezas y ayudar a esclarecer el crimen”. Por ejemplo, en el caso de la adolescente, Maryorih Keiko, el drama social del entierro se prolongó durante varias horas. Desde el final del velorio hasta un cementerio en Lurín, el féretro recorrió el barrio donde ella creció, no sin antes pasar por su centro educativo. Durante todo el recorrido, se hacían arengas en pos de la cadena perpetua al asesino y nunca cesó el pedido de justicia. Ya en el entierro, el despliegue periodístico era sobrecogedor. Tanto fue así que en el momento más álgido del sufrimiento (el entierro definitivo), los compañeros escolares comenzaron a gritar que dejen de filmar. Algunos incluso se pusieron violentos con los camarógrafos. Todo terminó en una escena desgarradora en la que se había roto esta relación prácticamente simbiótica entre prensa y deudos.

En estos casos no resueltos se puede ver la relación de mutua conveniencia que se da entre los deudos habidos de justicia y la prensa sensacionalista. Ganan los deudos porque, al mediatizarse el caso, la opinión pública ejerce presión y la policía agiliza las investigaciones del caso. Y gana la prensa porque consigue un rol central que le permite contar con los elementos necesarios para armar un melodrama noticioso durará varios días: “Lo que busca el periodista es que tenga

¹³ Le toman foto a la foto de la víctima cuando estaba aún viva. Si no la consiguen recurren a la página web del RENIEC o a alguna red social virtual.

¹⁴ Y no es de esperarse menos. Muchas veces esta es la única forma de que la policía se disponga a investigar con seriedad el crimen.

rebote, algún efecto en la gente, que impacte en la sociedad y que esta se pronuncie...sus instituciones de justicia para poder resolver el caso” (Patricia, redactora “Ojo”). Es evidente, entonces, que tanto a la prensa como a los deudos les conviene que determinado caso conmueva a la opinión pública.

6) PRESENTACION DE LA NOTICIA

La sección policial de los diarios “chino” y Ojo” alberga 6 y 8 noticias respectivamente. Los casos sobre muertes comparten el espacio con todo tipo de crímenes y accidentes posibles como estafas, robos, violaciones, incendios, etc. Pero, por lo general, si es que hubiese alguno, son los asesinatos los que abarcan la mayor cantidad de espacio. El estilo narrativo varía entre la descripción y la crónica policial. En la redacción nunca faltan las frases hechas como: “nuevamente se tiñen de rojo las pistas de nuestro país”. Ada, redactora del “chino”, señala que: <<Nunca tiene que faltar algo como “este macabro hallazgo”, o “escenas de dolor vivió la familia”, “ésta fatal decisión”, “consternación”...son clásicos que no pueden faltar>>. Este modo de contar resalta el sufrimiento de las víctimas y le da *color* a la noticia. Sin embargo, a pesar de que el estilo narrativo es muy parecido, el tamaño de la nota, la permanencia del caso en la sección, y otras características varía según el diario. A su vez, hay algunas diferencias entre la oferta sensacionalista de los medios de prensa escritos y los audiovisuales que me parece importante contrastar para poner en relieve el atractivo de los primeros. Finalmente, mediante el análisis de texto, pero sobretudo, mediante las entrevistas a los productores, se distinguen dos tipos distintos de noticias espectaculares sobre la muerte en estos diarios, los cuales también pasaremos a describir.

Semejanzas y diferencias con la oferta sensacionalista televisiva:

El sensacionalismo ofrecido respecto de la temática de la muerte no se restringe a la prensa escrita, sino que abarca a otros medios masivos como la televisión (la

radio es más sobria y fugaz y las páginas web noticiosas siguen la línea de sus respectivos diarios o cadenas noticiosas). Aunque el tono de los diferentes noticieros televisivos varía, el número de noticias de este tipo ofrecidas, y la duración de las mismas, a lo largo del programa son muy altas, en especial durante las mañanas (ya que la mayor cantidad de muertes ocurren de madrugada). Sin embargo, no se suele asociar a la televisión con el sensacionalismo. A continuación señalaré algunas semejanzas y diferencias entre las noticias espectaculares sobre la muerte ofrecidas en la televisión y la prensa escrita “chicha”.

La primera semejanza que encontré durante mi trabajo de campo se halla en el proceso de recolección de información necesaria para armar la nota. Tanto el criterio de selección de los casos como la búsqueda de datos relevantes se dan prácticamente de la misma forma. Es decir, los lugares ricos en datos son los mismos y trabajo necesario para conseguirla es muy similar. Existen diferencias evidentes en cuanto a la logística aplicada dado que el despliegue técnico de los equipos televisivos demanda mayor trabajo (desplazamiento de cámaras, vía microondas); pero, en todos los casos de cobertura de muertes que me tocó acompañar en el campo, nunca faltó un medio televisivo presente. Por tal motivo, el compañerismo y las correspondientes reglas de juego entre reporteros escritos y audiovisuales son prácticamente las mismas. Ambos deben estar en el lugar de los hechos para escuchar las declaraciones e indagar las vicisitudes de cada caso. Ambos están pendientes de los casos más espectaculares para estar ahí primero. No es menor, no obstante, el hecho de que los reporteros televisivos, por tener un mayor peso informativo (mayor tecnología, enlaces en vivo), cuenten con mayor prestigio y poder que los reporteros escritos frente a la policía y a los deudos. Esta diferencia se ve reflejada, por ejemplo, en el posicionamiento central de las cámaras televisivas en las conferencias de prensa, o en la tenencia de la voz autorizada para interrogar a los deudos y policías durante sus declaraciones.

En esta parte del proceso de producción, la diferencia más notoria es la irregular presencia de reporteros televisivos en la sede central de la DIRINCRI para el

recojo de información. Estos últimos solo acuden a dicho lugar en caso sepan de la visita/presencia de algún deudo, sospechoso o asesino, o en caso la policía ofrezca una conferencia de prensa (generalmente para presentar culpables). Ahora, la manera de enterarse de la presencia de alguno de los involucrados en el lugar varía según el canal. Algunos, como Panamericana y ATV, cuentan con un reportero gráfico cuyo trabajo es estar en los alrededores de la DIRINCRI esperando que se destape algún caso. Su nivel de contacto con la policía es alto ya que conocen a la mayoría de los agentes especializados. Casi siempre son los primeros en saber si alguien va a llegar o salir del recinto. Por su parte, es muy probable que los demás medios televisivos cuenten con fuentes dentro de la policía (dado el prestigio previamente señalado).

De otro lado, con respecto a la presentación de la información, sí encuentro diferencias importantes. La presentación de las noticias cambia puesto que la tecnología es bastante más avanzada y está enfocada a mostrar la data de una manera más inmediata y continua. Vale decir que la temporalidad de la exhibición televisiva es muy diferente a la escrita, básicamente por estas dos razones. La primera radica en el tiempo que demora la información en salir “al aire”. Supongamos que alguien muere de manera espectacular al mediodía. La cobertura que le dé el medio televisivo al caso servirá para mostrar la información en el noticiero de la noche (a más tardar), mientras que la nota escrita podrá recién salir al día siguiente. Esta inmediatez de la presentación televisiva le imprime un carácter más fluido y espontáneo a la noticia; carácter que, a mi parecer, acerca la noticia más al televidente que al lector. De hecho, es más probable que la primera fuente de información de cualquier ciudadano sea la televisión, la radio o la Internet.

La segunda hace referencia a la continuidad de las imágenes mostradas para graficar el acontecimiento. En pocas palabras, la diferencia entre el video y la foto. Esta continuidad de las imágenes permite mostrar incluso en tiempo real lo que está sucediendo en el lugar de los hechos, o en donde se encuentren los

involucrados. Otra vez, el televidente se siente más cerca al acontecimiento que con una sola imagen. Inclusive, la comunicación televisiva cuenta con ciertos efectos para darle mayor sensación de realismo a la nota, como la recreación de los hechos del crimen en la cual se actúa para revivir el suceso como si estuviera ocurriendo en ese momento. Por tanto, la ilusión de no-mediación es mayor en la televisión. Allí radica la fuerza de la comunicación televisiva; no en vano es muy común que los conductores callen mientras muestran el video para luego decir: “las imágenes hablan por sí solas”.

En cambio, la prensa sensacionalista escrita cuenta las noticias casi con un día de retraso. Es muy probable que el potencial lector ya esté mínimamente enterado de lo que ha sucedido el día anterior. Pero aun así busca leerlo. Por eso los redactores buscan contarla de una manera diferente, darle color a la noticia, he ahí la potencia del relato escrito. Como bien dice el editor del “Ojo”: “a todos nos gusta que nos cuenten el cuento”. La fuerza de la narrativa periodística escrita es inversa a la televisiva en este sentido, pues radica en parecerse más a un relato de ficción: una realidad novelesca. Una realidad que supere a la ficción imitándola exageradamente.

Es posible afirmar, entonces, que las ofertas mediáticas se asemejan mucho en cuanto a los dos primeros pasos del proceso de producción. Mientras que, en cuanto a la presentación, si bien ambas buscan la espectacularidad de la muerte para presentarlas en un tono dramático, existen factores que las diferencian considerablemente.

La sección policial: semejanzas y diferencias

Esta sección es muy importante en ambos diarios descritos. Tanto en el “Chino” como en el “Ojo” la sección policial abarca dos páginas del diario. Sin embargo, presentan algunas características particulares que se describen a continuación.

Policiales	CHINO	OJO
------------	-------	-----

Ubicación en el diario	Primeras dos páginas	Páginas 6 y 7 (un par antes de la central)
Color	Una a colores y otra en blanco y negro	Ambas a color
Avisos Publicitarios	Nimia. Rara vez aparece uno, y si lo hace, es de menor tamaño.	Casi siempre sale uno. El tamaño depende de la cantidad de casos del día, puede llegar a una página entera.
“Gancho” en la portada	Muerte muy sonada en la opinión pública o casos más “crudos”	Nuevos destapes de casos criminales más sonados. (Presencia de mujer semidesnuda)
Lenguaje	Coloquial en los titulares	Moderado siempre

Este cuadro muestra algunas de las congruencias y desemejanzas que atañen a las secciones policiales de ambos diarios estudiados. A pesar de algunos detalles, las diferencias no son muy notables en cuanto al tratamiento de las noticias espectaculares de la muerte. Salvo el lenguaje coloquial de los títulos, el modo de contar los sucesos es muy similar. Siempre buscan responder a las preguntas básicas (quién, cuándo, dónde, cómo y porqué), resaltando los hechos de sufrimiento o anecdóticos para armar el drama social.

Las diferencias más notorias de ambos residen en la relación de la sección policial con las demás secciones del respectivo diario. La relevancia que se le da a ciertas temáticas y su correlativa exhibición en las portadas marcarán la definición del “chino” como “chicha” y al “ojo” como “popular”.

Según la definición de Gargurevich previamente expuesta sobre un periódico “chicha”, solo el “chino” caería bajo tal denominación. Esto debido, principalmente, a la presencia de una mujer semidesnuda en su portada. A pesar que el tamaño de la misma se ha reducido hasta en un 50%, no hay día que falte una mujer mostrando su cuerpo. En los años de auge de este diario, es decir la década de los 90's, se mostraban fotos muy grandes de vedettes bajo algún pretexto de actualidad o contando algo de su vida privada. Hoy en día lo que encontramos son

fotos de modelos “ardientes” que promocionan algún atributo sexual propio. Por más que el “Ojo” actualmente no pierda la oportunidad de mostrar alguna mujer de impacto involucrada en algún tema judicial o curioso en su portada, esta es la excepción. De cualquier forma, esta característica puntual es una de las que zanja a ambos diarios en sus correspondientes rótulos.

La siguiente característica alude a la temática central del diario. En las páginas centrales del “chino” siempre se encontrará una serie de notas sobre “el mundo del espectáculo”. Es decir, las dimes y diretes de los famosos y sus vaivenes amorosos o conflictivos. Las vidas privadas son expuestas también en un tono melodramático y siguiendo, grosso modo, las mismas estrategias narrativas maniqueas, pero aquí de manera jocosa e irreverente. En cambio, la temática de las páginas centrales del “Ojo” varía según las ocurrencias del día anterior, entre política, local y de actualidad (escándalos políticos, huelgas, incendios, muertes muy espectaculares, etc.). Por ejemplo, si ocurre que un bus cae a un abismo y mueren 30 pasajeros, la noticia ocupará la sección “La central” del diario. Esto sucede solo en caso sea una primicia espectacular. En el caso del seguimiento de los casos abiertos (o emblemáticos), la noticia se ubicará en una sección denominada “Especial”, la cual abarca solo una página.

Finalmente, una última cualidad que coloca a ambos diarios en sus correspondientes categorías del argot periodístico es el público hacia el cual está dirigido. Cuando les pregunté a sus respectivos directores cuál era su público objetivo, obtuve diferentes respuestas. El “chino” se dirigía a “jóvenes y amas de casa del nivel C y D”, mientras que el “Ojo” lo hacía hacia cualquier persona que se quiera informar de manera entretenida. De hecho, el director del “Ojo” me corrigió cuando le expliqué antes de empezar la entrevista que estaba realizando mi tesis sobre la prensa “chicha”: “este es un diario popular”, me dijo. En efecto, el “Ojo” es pues uno de los diarios más leídos en nuestro país. Este hecho evidencia la connotación marginal y aún abyecta del término “chicha”, el cual es perfectamente asumido por el “chino”.

En este sentido, es menester aclarar que si bien ambos diarios se autodenominan (y son) diferentes por las características expuestas, los dos son grandes exponentes de la prensa sensacionalista peruana.

Casos abiertos y cerrados

En los capítulos anteriores hemos visto cómo se elige y qué estrategias se utilizan para armar la noticia. Aquí veremos las formas que toma la noticia según el tipo de muerte. Bien haya sido un suicidio, un atropello, una venganza o un feminicidio, estas noticias pueden separarse en dos categorías: casos cerrados y abiertos.

- a) **Casos cerrados**: Como su nombre lo indica se trata de muertes, ya sea accidentales o premeditadas, cuyo proceso judicial (si es que lo hay) ya está resuelto al ser presentado. Esto significa, primero, que se conoce la causa del deceso; segundo, en caso sea premeditada, se conoce el culpable; y, tercero, este último está detenido. Si el caso cumple con estos requisitos será considerado como *cerrado* y muy probablemente no durará más de un día en la sección¹⁵. Se presentan los datos mínimamente necesarios como son: quién murió, dónde, cómo, y por qué. Además se presenta una foto del finado en el lugar de su muerte (si llegan a conseguirla) o, en su defecto, la foto del RENIEC.
- b) **Casos abiertos**: Se trata de casos en los cuales se genera incertidumbre con respecto a algún aspecto del deceso: ubicación del cadáver, causa de la muerte, ubicación del asesino, etc. Generalmente son muertes premeditadas¹⁶ y violentas en las que el asesino trata de encubrir los hechos (por ejemplo: los últimos casos de Ruth Thalia, Maryorih Keiko). La cobertura mediática es muy amplia y su exposición se mantendrá hasta que el caso no se resuelva, es decir, se halle al culpable o al cadáver. Las

¹⁵ Si el nivel de espectacularidad es muy alto puede darse la excepción que se vuelva abierto.

¹⁶ También puede ser un accidente como un naufragio o un gran incendio como el ocurrido en la discoteca "Utopía"

imágenes publicadas suelen mostrar el rostro de los protagonistas (víctima, agresor, deudo) acompañado de contextos de sufrimiento como el velorio, el entierro. También es muy recurrente que se muestre una foto del cadáver en el lugar de los hechos. Es en estos casos donde los redactores arman un drama social usando los recursos literarios descritos.

Ahora bien, si hacemos una comparación entre ambos tipos de presentación veremos que saltan a la luz varias diferencias claves para entender este círculo vicioso. La primera es la manera en que estos dos tipos de noticias son leídos (o cómo buscan los productores que lo sean). Para los casos cerrados, dado que son generalmente más cortos y menos intrigantes, la lectura es más pasajera y superficial. Los redactores se esmeran en tratar de encajar la historia dentro de fórmulas culturales preestablecidas y arquetípicas:

“En el terreno de las noticias sobre crímenes, los medios siguen una estrategia de tenaza: por un lado seleccionan los acontecimientos violentos fuertes porque su negatividad y novedad se ajusta a los valores de la noticia. Pero, por otro, reducen la extrañeza del fenómeno de tal manera que se muestre siempre como algo externo al sistema, anómalo y fácil de condenar.” (Fernández 2001:124)

Como bien menciona este autor, si bien existe un nivel de imprevisibilidad en un primer momento de la lectura, el relato va llevando la trama hacia un drama predecible y condenatorio. El recurso común y ejemplificador es la emisión de juicios de valor sobre los involucrados en el evento: “el sanguinario esposo no tuvo piedad”, y frases por el estilo. Este encapsulamiento del relato dentro de fórmulas culturales predecibles permite que el lector pueda consumirla fútilmente, es decir, sin evocar ninguna reflexión. Como bien menciona Gonzalo Portocarrero: “Lo que atrae es la cotidianidad de lo insólito”. (Portocarrero 2007:162) Debido a este carácter continuo, fútil y similar entre sí de los casos cerrados, Guillermo Sunkel acotaría que “a lo que se está apuntando aquí es que existe una estructura que opera sobre la base de la repetición, que hace que cada historia esté dotada de la capacidad de ser percibida como atemporal.” Tenemos entonces que, por un lado,

el criterio de selección busca cierta imprevisibilidad al elegir tal o cual noticia, pero que ya en la presentación, el relato busca reducir la extrañeza de tal forma que pueda ser reemplazada por cualquier otra muerte similar en el tiempo.

Del otro lado, el caso abierto tiene un efecto inverso. Al lector se le genera una suerte de reflexión temática. La opinión pública se polariza y la noticia suele, incluso, trascender la sección policial de los diarios en general. Damián Fernández hace una buena diferenciación entre estos dos tipos de noticias. A los cerrados los llama *eventos*; y a los abiertos, *casos*. Al respecto menciona que los *casos* interrumpen la normalidad de una serie. (Fernandez 2001: 144) He ahí la principal diferencia entre ambos tipos. La continuidad de la noticia en particular se expande y suele hablarse de ella por meses. Representa una ruptura en la atemporalidad que genera el bombardeo de eventos cerrados.

Respecto a las semejanzas, vemos que el modelo del relato es el mismo. Se usan estos *efectos de realidad* (o verosimilitud previamente descritos) que, además de polarizar a los personajes como si fuera un cuento, reafirman prejuicios sociales. No solo se muestran detalles (muchas veces insignificantes) de la vida privada de los involucrados para dar la sensación de *estar ahí*, sino que se emiten juicios de valor sobre los personajes, lo cual genera una acción dramática en el lector. Esta semejanza se condice con la función mítico/ritual de la lectura de estas noticias expuesta en el marco teórico.

Según los propios productores de la noticia, son los casos abiertos los que atraen más al público consumidor. ¿Pero qué es precisamente lo que les atrae de este tipo de noticias? Considero que son múltiples factores los que hacen de estas noticias atractivas para el público. Pero, para responder esta pregunta con propiedad, se necesitaría una investigación aparte que se centre en la recepción del consumidor. Lo que sí se puede conocer desde la producción de las mismas es cómo los productores se imaginan a este público, y por qué creen que el público sigue tanto estos casos. A continuación presentaré lo encontrado luego de entrevistar a redactores, fotógrafos, editores y directores. Tal vez estos resultados puedan dar pistas sobre por dónde podría ir una respuesta a la primera pregunta.

Público imaginado:

El primer factor que resalta en las respuestas recibidas como posible motor de atracción del público hacia las noticias espectaculares de la muerte es la *secuencialidad* de la noticia. Es decir, el hecho de que las noticias sobre estos casos abiertos continúen apareciendo en los medios detallando el avance de las investigaciones policiales: nuevos testigos, declaraciones de personas cercanas (o lo que fuere), lo importante es que el misterio no haya sido revelado para que el caso siga teniendo un lugar en la sección policial: “Primero atrae cómo muere, la ocurrencia...pero por lo general al día siguiente se hace un seguimiento y se tiene la versión de testigos, del entorno...ahí se sabe más y ese seguimiento es lo que despierta el interés de la gente...como el caso Ciro...es una novela” (Edgar, redactor del “popular”). Lo que atrae aquí es la relación entre las pistas que se van descubriendo en el caso, y los hechos que se van suscitando alrededor del mismo.

Un segundo factor identificado (muy parecido al primero pero sutilmente distinto) es el de la *continuidad* de la noticia. Pueden pasar literalmente años¹⁷ para que un caso determinado deje de aparecer en los medios. Dadas las circunstancias adecuadas, es decir, mientras el caso no esté resuelto, los productores no perderán la oportunidad de *revivir*¹⁸ la noticia. Ada, redactora del “chino” comenta: “Al día se espera que haya un caso fuerte, que es la abridora. Y si no hay, entonces seguimos con los casos típicos: Ciro Castillo, Walter Oyarce, Abencia Meza, etc. Hacer un seguimiento de eso.” Es así que los productores capitalizan las ansias del público por conocer el desenlace de la *novela*, y continúan dándole nuevos giros a la noticia. La promesa de la resolución es sumamente atractiva para el lector.

¹⁷ Como el caso parricida de Miriam Fefer que viene sonando desde el 2006.

¹⁸ “Esos son los casos que le damos prioridad, el tema de Eva que no está sentenciada, Elita (Espino), Giuliana (Llamoja) también lo revivimos, el caso de Abencia (Mesa) que tuvo sentencia, ahora Rosario...siempre van saliendo cosas nuevas” (Danilo, director del “chino”)

Inclusive, así no haya ocurrido nada nuevo alrededor de determinado caso, los redactores se encargan de *novelar* la noticia: “En el caso de Ciro y Rosario...llegan tarde a Tapay, ya es de noche y acampan, hacen una fogata, fuman marihuana y hacen el amor para esperar la mañana...eso es novelar, porque tú no sabes si eso ha pasado pero presumes que ha pasado” (Danilo, director “chino”). *Novelar*, entonces, consiste en “rellenar” los espacios en blanco entre los acontecimientos conocidos de algún caso para armar una historia más agradable al público¹⁹. Estas conjeturas, además de darle *continuidad* al relato, le otorgan un efecto de realidad a la historia, como bien vimos previamente.

Entonces, para los productores, no solo es importante que la noticia tenga continuidad en el tiempo, sino que también es necesario contar el caso con ciertas técnicas narrativas que lo asemejen a un cuento: “A todos nos gusta que nos cuenten el cuento...es más, tu sabes que al día siguiente que vas a poner tu portada del diario, todo el mundo ya sabe del hecho. Casi nadie se entera leyendo el periódico porque eso ya lo viste en la noche en los noticieros, o ya lo escuchaste en la radio o internet. Entonces, más allá del hecho, yo creo que una historia le gusta a la gente no solo por el final si no por cómo pasó.”(Felipe, editor Ojo). Lo que hacen los productores es resaltar ciertos hechos, características personales, y particularidades del contexto para generar una *trama* melodramática y maniquea que genere una identificación del público con alguno de los personajes²⁰ (efectos de realidad). Para este efecto, las personas involucradas en los casos son presentadas como héroes, víctimas y villanos. Danilo, director del “chino”, recalca: “a la gente le gusta las cosas que se puedan comentar... que generen polémica, alegría, esperanza...que generen una identificación como en el caso Ciro, la gente odia a Rosario y se identifica con el papá de Ciro”. El objetivo

¹⁹ También sucede que, para añadirle espectacularidad a un caso, se presente una especulación como una hipótesis manejada por la policía: “Puedes suponer que ha pasado algo. Puedes especular así. Por ejemplo, lo que pasó ayer de la muerte de este pata en Edelnor. Supuestamente le dieron un balazo. Lo balearon unos maleantes. Pero he visto que un periódico sacó que lo siguió una mafia que se dedica a robar cables estos grandes. Y eso es especular ¿no? A mí nunca se me hubiera ocurrido eso pero si se te ocurre eso...bacán ¿no?” (Ada, redactora del “chino”)

²⁰ “Una muerte tiene que tener drama y tiene que generar identificación. (Como muerte ideal) Yo me imagino a un padre de familia en un incendio salvando a sus hijos, rescatando al último de sus hijos... que el padre se quedó adentro y murió. Un papá héroe” (Danilo, director del “chino”)

de presentar la noticia como un cuento o una historia dramática es generar una identificación pasional en los lectores y así conseguir que se *enganchen*²¹ con el caso para que continúen siguiendo la noticia. En este sentido, según la teoría psicoanalítica, sería la promesa de novedad la que atrae al consumidor. Según Fernandez, “un texto periodístico narrativo puede provocar esa conmoción que nos permite escabullirnos de la saturación de nuestro propio yo.” (2001:94)

Resumiendo, según los mismos productores de la noticia, es la continuidad, la secuencialidad y la trama dramática de las noticias espectaculares de la muerte lo que consigue captar y mantener el interés del público consumidor hoy en día. No obstante, esta presentación de la noticia no siempre fue así: “Los periódicos ya no ponen fotos tan sangrientas como antes...ahora no, se están dando cuenta que eso hace daño” (María, redactora “popular”).

Cambios espectaculares:

Durante los años de la dictadura fujimorista, el Estado manejaba a diestra y siniestra los medios de comunicación masiva, entre ellos, la prensa escrita. Felipe, en aquellas épocas redactor del diario “Ojo”, nos cuenta: “El chino (Fujimori) explotó el morbo de los peruanos en los 80s, 90s con sus diarios chicha (el Men, el chino, la chuchi) y lo exageró hasta el fondo aprovechando los coches-bomba y eso lo heredamos en los 90s”. En efecto, dada la coyuntura de violencia y muerte por doquier que el terrorismo implicó en nuestro país, los diarios llamados “chicha” publicaban imágenes crudas de muertos cada vez que podían. De esta forma se mantendría la atención del público alejada de los profundos problemas sociales que sufría el país.

Aquí algunos ejemplos de las portadas publicadas en el año 1994:

²¹ En Ojo estuvimos dando mucha importancia al caso Ciro. Es un caso emblemático que tenía muchos ángulos. La gente se enganchó y lo siguió como si fuera una telenovela. (Victor, director del “Ojo”)



Vemos que la crudeza del cadáver expuesto y el titular impactante ocupan una ubicación central y de buen tamaño en la portada.

En esta década, se buscaba atraer al público con imágenes sangrientas de cuerpos degollados o descuartizados. José Velásquez, experimentado fotógrafo del diario “Ojo” recuerda que: “En la época del terrorismo todos los medios publicaron las fotos más crudas, y me parece que el diario “chino” publicó mucho más crudo aún”. Este tipo de noticias, entonces, apuntaban a despertar un supuesto *morbo* innato en la gente²². Incluso hoy, que la oferta no es la misma, se sigue creyendo en esta atracción morbosa por lo sangriento²³. En la época de Montesinos, este fue un acto deliberado de distracción pública: “Se trató pues de educar la sensibilidad del público en un sentido de aceptación a-crítica de lo

²² “Todos somos morbosos por naturaleza” (Felipe, editor “ojo”)

²³ “En general, y aunque suene crudo...siempre han sido las notas sangrientas. Eso es lo que cautiva al público” (Shirley, ex redactora “popular” y “ojo”)

vigente, de búsqueda de satisfacciones que entrañan un debilitamiento del vínculo social.” (Portocarrero 2007: 152)

Lo cierto es que luego de aproximadamente diez años de esta hegemonía de cadáveres ensangrentados, la oferta fue cambiando²⁴. Felipe, editor del “Ojo”, sospecha lo siguiente: “Pero pasó esa época y la gente le empezó a agarrar asco a eso. Así como les dio asco Laura Bozzo que al comienzo les gustaba, igualito pasó con los muertos porque se dieron cuenta que era muy morboso y aspiraban a ser más”. La mayoría de productores de estas noticias concuerdan en que este cambio en la oferta mediática surgió desde el público consumidor primero, y luego los medios²⁵. De cualquier forma, actualmente existe una ética distinta en relación al modo en que son presentadas las noticias, sobre todo a cuanto a las imágenes²⁶.

Tras una serie de estudios de mercado, los diarios identificaron el giro en la sensibilidad del público y tuvieron que adaptarse a la demanda²⁷. Actualmente incluso existen entidades como el Consejo de la Prensa que se encargan de regular y fiscalizar que se cumpla esta nueva ética periodística. Según me cuenta Victor Ramirez, director del diario “Ojo”, hay veces que el público llama a reclamar porque se ha publicado alguna imagen muy fuerte, lo cual grafica perfectamente el giro de 180 grados que ha tenido la sensibilidad del público respecto a estas imágenes.

Vemos cómo el *gancho* de este tipo de noticias, en una década y un poco más, pasó de ser la imagen sangrienta a ser el drama contado²⁸. El tono del tratamiento de las noticias espectaculares de la muerte, como bien menciona un redactor del

²⁴ “La oferta cambió también, antes no había opción, todos ofrecían lo mismo” (Danilo, director “chino”)

²⁵ “La gente se ha cansado. Se ha dado cuenta que, como tanto se ha hablado que los diarios chicha son lo peor de la sociedad...es un cambio moral en la gente.” (Gilmer, redactor “popular”)

²⁶ “Los periódicos ya no ponen fotos tan sangrientas como antes...ahora no, se están dando cuenta que eso hace daño.” (María, redactora “popular”)

²⁷ “(Este cambio) lo exige la gente. Se hizo un focus group y la gente pidió eso” (Gilmer, redactor “popular”)

²⁸ Ahora más o menos se trata de buscar la historia de la persona, quién es el fallecido, cuánta familia deja, algo curioso de su vida...que de repente está trabajando un poco más para el regalo de su hija que era su cumpleaños, cosas así...un poco mas de historia...el lado humano de la noticia... ya no lo trágico que se ve en todo sitio” (Gilmer, el popular)

diario “popular”, viró de la vulgaridad a la frivolidad²⁹. A continuación, un ejemplo del nuevo tratamiento de este tipo de noticias:



Aquí vemos uno de los casos que mayor conmoción causó en la opinión pública. Eva Bracamonte, una estudiante universitaria, fue condenada a 30 años de pena privativa de la libertad por ser la autora intelectual del asesinato de su madre a manos de un sicario. La noticia, literalmente, es promocionada como una novela. Queda claro, entonces, que ahora los productores de estas noticias enfatizan (tanto en las portadas como en el interior) el lado humano³⁰ de la noticia antes que apelar a la crudeza de las imágenes del cadáver.

²⁹ Hay una retroalimentación...el público se da cuenta que la dictadura fujimontesinista lanzaba diarios chicha y televisión basura...hasta ahora hay pero con un contenido distinto...ahora hay más frivolidad que vulgaridad, al cambiar el público, la oferta cambia.” (Edgar, redactor del “popular”)

³⁰ Ver nota número 23 en la página anterior.

Personalmente, creo que el público no solo “se cansó”³¹ de consumir tanta violencia, sino que el clima de pánico e inseguridad que causó el terrorismo en la década de los 90s generó un trauma en mucha gente que ahora relaciona ese tipo de noticias sangrientas con aquella época nefasta. Pero, repito, para conocer las motivaciones del cambio en el consumidor se necesitaría otra investigación.

7) CONCLUSIONES

Las conclusiones que se derivan del análisis del trabajo de campo y del texto son las siguientes:

- El sensacionalismo es un fenómeno mediático de larga data en nuestro país que atiborra la oferta periodística en casi todos sus medios, pero sobre todo en la prensa escrita. Los periódicos de mayor consumo, o consumo masivo, siguen una agenda periodística que, en líneas generales (como bien dice Gargurevich), ofrece la información de manera que entretenga a su consumidor, y que apela a esta actitud mundana, individualista y de imaginación melodramática muy propia de la cultura “chicha”.
- En el caso de la sección policial, específicamente en cuanto a las noticias sobre muerte, vemos que el criterio que define aquel acontecimiento digno de ser contado (o no) es su *espectacularidad*, la cual está definida por el impacto e imprevisibilidad en el público, y que busca despertar una catarsis emotiva en el público.
- El criterio de selección de los casos a seguir responde al grado de *espectacularidad* que alcance determinada muerte en relación a los demás casos que se presenten en el mismo día. Según tal se determinará la cobertura y despliegue técnico necesario para abarcar el caso, la posterior ubicación de la nota en el diario, el tamaño de la nota en la sección, y si sale en la portada o no.

³¹ Ver nota 20 en la página anterior.

- Este criterio no ha variado en los últimos años, a pesar de los cambios ocurridos en la presentación de esta clase de noticias. Además, vemos que este criterio sensacionalista es, a grandes rasgos, el mismo en ambos diarios estudiados, y también lo es en los demás medios masivos de corte sensacionalista como los noticieros televisivos.
- A pesar de las diferencias presupuestales y logísticas, el criterio de selección, las estrategias de recojo de información y la presentación final de las noticias espectaculares sobre la muerte son básicamente bastante similares en ambos diarios.
- El proceso de producción de las noticias espectaculares de la muerte sería doblemente trabajoso si no se contara con: a) el sistema de reciprocidad entre colegas, b) una red de contactos con la policía y c) una relación de mutua conveniencia con los deudos. Ahora, el compañerismo entre los reporteros (y los intercambios de información) dependerá de los lazos de confianza generados en el día a día, siempre y cuando no se tenga una información *exclusiva*. Por su lado, la policía constituyen la primera fuente de información sobre estos casos. Sin su ayuda, los reporteros no podrían llegar a tiempo al lugar de los hechos ni saber en qué momento acudir a la DIRINCRI a recoger declaraciones. De igual manera, la relación simbiótica con los deudos es imprescindible puesto que son ellos los protagonistas del relato novelesco que los periodistas construyen. Sin su voz de sufrimiento (o las fotos de la víctima) la noticia no sería la misma.
- Existen dos tipos de noticias espectaculares de la muerte, los casos cerrados y los abiertos. Sea un caso abierto o cerrado, presentar las noticias sobre la muerte como un *drama social* es crucial para *enganchar* al público. Asimismo, el relato debe contar con ciertos efectos de realidad que lo hagan verosímil y que reduzcan la extrañeza de cada muerte (en el caso cerrado).

- Ahora bien, existen algunos casos denominados abiertos que, por su carácter intrincado, captan la atención de la opinión pública y movilizan a la prensa en su totalidad. Esta última adquiere un rol activo en el desenvolvimiento judicial y actúa como mediador entre los deudos o involucrados, la policía y la opinión pública. La prensa capitaliza el interés de la gente por conocer el desenvolvimiento del caso y mantiene “prendida” la noticia durante el tiempo que duren las investigaciones (el caso *Ciro* sigue dando que hablar). Mientras tanto, los personajes involucrados alrededor del crimen son presentados como protagonistas de un drama social que victimiza a unos y sataniza a otros. Se juega con figuras arquetípicas envueltas en una historia novelesca que reproduce discursos de (in)seguridad ciudadana, ineficacia estatal, machismo, etc.; pero que sobre todo (siempre según los productores) cumple su cometido principal: entretener al consumidor.
- La incertidumbre por conocer cómo culmina la historia hace que los casos de muertes *abiertas* mantengan al público consumidor atento al desenvolvimiento de los mismos durante largo tiempo, según los productores. En este sentido, son la secuencialidad y la continuidad de estos casos las que aseguran el interés del consumidor.
- Las estrategias narrativas utilizadas por los redactores son elementales para convertir una muerte en un drama social. El *darle color, novelar, o revivir* las noticias son fundamentales para imprimirle el tono melodramático necesario para conmover al público.
- Para los productores de la noticia, la sensibilidad del público hacia las noticias espectaculares de la muerte ha cambiado rotundamente, lo cual ha demandado un correlativo cambio en su presentación, tanto a nivel de las imágenes como del texto. Sin embargo, a grosso modo, el proceso recojo de información no ha cambiado mucho.

- Desde una mirada diacrónica de los últimos 20 años, el *gancho* de las noticias espectaculares de la muerte ha dado un giro significativo, de la exposición de cadáveres e imágenes crudas a la narrativa novelesca y el drama social.



8) BIBLIOGRAFÍA

- BIRD, Elizabeth
2009 *The Anthropology of News and Journalism: Global Perspectives.* Indiana: University Press
- CAPELLINI, Mónica
2001 <<La prensa chicha en Perú>> *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación.* N° 88 Dic. Pp. 32 – 37
- DIJK, Teun A. van
1999 *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información.* Barcelona: Paidós
- EVELY, Louis
1980 *El Hombre Moderno ante la muerte.* Salamanca: Sígueme
- ELIAS, Norbert.
2000 *La Soledad de los moribundos.* México: Fondo de Cultura Económica
- ESPEZÚA, Adrián
2009 << ¿Cultura chicha?>> *Crónicas Urbanas: análisis y perspectivas urbano regionales .*Año 13, n° 14, pp. 99-110
- FERNANDEZ, Damián
2001 *La violencia del relato: discurso periodístico y casos policiales.* Buenos Aires: La Crujía
- FORD, Aníbal
1999 *La marca de la bestia: identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea.* Bogotá: Norma
- GALVEZ, Isabel
2011 <<Usos metafóricos en la prensa chicha>> *Fabla.* Año 4, N° ,4 pp. 7-32, Lima
- GARGUREVICH, Juan
2002 *La prensa sensacionalista en el Perú* Lima: Fondo Editorial PUCP.
- HOGGART, Richard
1986 *The uses of literacy: aspects of working-class life with special reference to publications and entertainments.* Middlesex: Penguin Books

- KOBA, Liuba
2012 “Los cuerpos de Ciro y Rosario: un drama social”.
Actas del I Encuentro Latinoamericano de Investigadores sobre Cuerpos y Corporalidades en las Culturas
Fecha consulta: 13/05/13
<https://elcrimenperfecto.wordpress.com/tag/liuba-kogan/>
- LEMLIJ, Moisés.
1996 *Al final del camino* Lima: SIDEA
- LOCHARD, Guy y BOYER, Henry
2004 *La Comunicación Mediática*. Barcelona: Gedisa
- LUTZ, Catherine
1993 *Reading National Geographic*. Chicago: University of Chicago
- MARTÍN-BARBERO, Jesús
1987 *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: G.Gili
- 2009 *Lo sagrado y los medios de comunicación : efímero y trascendente*. Lima: Universidad Antonio Ruiz de Montoya
- MEJIA RIVERA, Orlando.
2008 *La Muerte y sus símbolos: Muerte, tecnocracia y posmodernidad*. Medellín: Editorial U. Antioquia
- MILLONES, Luis
2010 *Después de la Muerte: Voces del Limbo y el Infierno en territorio andino*. Lima: Fondo editorial del Congreso del Perú
- MONTERO, Victor
2008 <<Análisis Psicosocial del discurso de la prensa sensacionalista peruana y las actitudes de sus lectores>> *Revista de Investigación en Psicología*, Vol. 11, Nº 2, pp. 153 – 158. Lima
- RINCON, Omar
2006 *Narrativas mediáticas: o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento* Barcelona: GEDISA
- MORIN, Edgar.
2007 *El Hombre y la Muerte*. Barcelona: Kairós

PORTOCARRERO, Gonzalo

2007 "Notas sobre el "sensacionalismo en la prensa televisiva peruana" *Página de Gonzalo Portocarrero*. Fecha consulta: 02/07/13

<<http://gonzaloportocarrero.blogsome.com/2007/06/08/notas-sobre-el-sensacionalismo/>>

SALAZAR, Jorge.

1996

Historia de la noticia: un siglo de homicidios en el Perú
Lima: Universidad San Martín de Porres.

SUNKEL, Guillermo

2001

La prensa sensacionalista y los sectores populares
Bogotá: Norma

TUGENDHAT, Ernst.

2008

Antropología en vez de metafísica. Barcelona: Gedisa

VELAZQUEZ, Marcel

2009

<<El mal/estar en la cultura chicha: la prensa sensacionalista>>
Crónicas Urbanas: análisis y perspectivas urbano regionales,
Año 13, N° 14, pp. 111-124. Lima

VINCENT-THOMAS, Louis.

1983

Antropología de la Muerte. México: Fondo de
Cultura Económica

WILLIAMS, Raymond

1971

Los medios de Comunicación Social. Barcelona: Península

WOLF, Mauro

1991a

La investigación de comunicación de masas. México: Paidós

1991b

<<Tendencias actuales del estudio de medios>> *Diálogos de comunicación*. N° 30, Junio, pp. 26-30.

9) ANEXOS:

Fotografías representativas de trabajo de campo







Casos emblemáticos mencionados:

- 2012-2: Asesinato de Ruth Thalía Sayas



El valor de decir su verdad hizo ganar 15 mil soles a la estudiante Ruth Thalía Sayas Sánchez (19), pero ese dinero se convirtió en una maldición, ya que la ambición de su ex enamorado, el mototaxista Bryan Romero Leyva (20), lo llevó a secuestrarla, asesinarla y enterrarla en el interior de una fábrica abandonada, en Chosica .

Agentes de la División de Desaparecidos de la Dirincri, tras un seguimiento al acusado, así como la verificación de las llamadas que este hizo a la víctima, acudieron en busca del presunto asesino, a quien encontraron en su vivienda del sector de Santa María, en Huachipa.

De inmediato, el mototaxista fue intervenido y se le conminó a que diga dónde se encontraba la joven, porque había indicios de que él fue el último en llamarla y reunirse con ella hace 12 días. “Al verse acorralado, confesó su crimen y nos trasladó hasta el lugar donde la había tenido cautiva, en una fábrica abandonada del sector de “Viñas de Media Luna”, en la comunidad campesina de Jicamarca”, explicó el agente.

Enterrada

Los policías escucharon cómo Bryan Romero confesó su crimen y, al parecer, no actuó solo ya que también se detuvo a un tío de él, así como a un amigo menor de edad, quienes lo ayudaron en el plagio de la primera concursante de “El valor de la verdad” y la enterraron para desaparecer cualquier indicio de su delito.

Los detectives acudieron hasta el predio que fue una fábrica de escobas e ingresaron. Bryan los llevó hasta el lugar donde enterró el cuerpo de Ruth Thalía.

“Colocaron tierra y piedras encima del cadáver, después echaron concreto”, explicó un agente.

Al lugar acudieron detectives de la División de Homicidios y el fiscal de turno, quienes se hicieron cargo del detenido, así como de las pesquisas.

“Todo indica que Bryan actuó por ambición, porque le exigió más dinero que ella le había ofrecido por ir al programa “El valor de la verdad”. Asimismo, él también quedó mal, pues ella dijo que lo había engañado y tuvo relaciones sexuales por dinero”, informó el investigador.

Fuente: Ojo

- 2013-1: Asesinato de Maryorie Keiko Vega



Otra muerte absurda que estremece al país. Las esperanzas de sus padres de hallar con vida a Maryori Keiko (16), quien desapareció hace tres semanas, se esfumaron ayer. La joven fue hallada muerta en una casa deshabitada de Villa María del Triunfo. Como se temía, fue dopada, violada y asesinada por el médico Ángel Eduardo Valdivia Calderón (55), a cuyo consultorio se le ve ingresando en un video.

Desde el pasado 23 de abril, cuando desapareció la adolescente, el galeno aseguraba desconocer su paradero, pero ayer el interrogatorio no le dejó escapatoria. Acorralado por las sospechas, confesó el crimen.

“Es el momento de que digas la verdad, hemos ubicado al albañil que te ayudó y ya confesó. Lo vamos a poner frente a ti para una confrontación”, le dijo un agente. En ese momento, lo vimos temblar. Se llevó una mano a la cabeza y se “quebró”. Pidió un fiscal y llorando contó que había matado a la menor, luego nos dio la ubicación exacta de la casa donde la había enterrado”, contó una fuente.

Un policía le preguntó al médico por la llave, pero él dijo que la había perdido. Inmediatamente, llevando perros de búsqueda, peritos de Criminalística y el fiscal se dirigieron hasta una vivienda de tres pisos, con rejas y puerta de fierro de la avenida Ciro Alegría 270. Hasta allí el homicida había llevado el cadáver de la chica desde su consultorio, ubicado en San Juan de Miraflores.

Provistos de una sierra eléctrica, dos cerrajeros violentaron la puerta de metal, que recientemente había sido soldada. Primero hicieron pasar a los canes, cuyo olfato llevó a todos a un ambiente de la parte trasera de la casa.

“Al entrar a la segunda habitación del lado derecho del primer piso, los perros se mostraron inquietos y ladraron. El médico confirmó que allí estaba el cuerpo enterrado”, contó el detective.

A COMBAZOS

Provistos de un taladro eléctrico, combas y cincheles rompieron el piso y luego cavaron una zanja. A un metro y 10 centímetros de profundidad fue hallado el cuerpo de la joven. Se encontraba boca abajo, en estado de putrefacción y llevaba la misma ropa que se le vio en el video de la cámara de vigilancia.

“El galeno, con ayuda de una o más personas, trasladó a la adolescente muerta a esta casa. Cavaron una zanja y arrojaron el cadáver, lo cubrió con dos sacos de cal y arena, posteriormente colocaron una capa de cemento y mayólica”, explicó un perito.

Los forenses de Criminalística, cubiertos con mascarillas, examinaron el cuerpo, pero el fétido olor hizo difícil la tarea. Dijeron que aparentemente no presentaba ninguna huella de acción violenta.

“¡MALDITO!”

Después de tres horas y media de permanecer dentro de la casa, el asesino, provisto de un chaleco antibalas y custodiado por numerosos policías, salió de la vivienda, mientras que familiares y vecinos empujaban a los agentes en su afán de golpearlo.

“¡Asesino!”, “¡Maldito!”, le gritaban y le lanzaban objetos. Hicieron lo propio contra el vehículo donde lo metieron para trasladarlo a la sede de la Dirincrí.

Fuente: Ojo



10) BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

El campo en el que me desenvolví durante el 2012-2 consistió básicamente en acompañar todo el recorrido que realizan los productores de las noticias espectaculares de la muerte para enterarse de los casos, recabar los datos, etc. Ver dónde nace la noticia y cómo se va procesando la información conforme pasa de mano en mano. Para ello, primero recurrí a la base del diario “el chino” a hablar con el director mismo para tener el permiso de acompañar a los redactores. Tras insistir muchas veces, logré hablar con él y así pude salir con los redactores. Su punto de encuentro es la sede central de la DIRINCRI. Allí conocí a Mauro y a Joana, fotógrafo y redactora, respectivamente. Me presenté, expliqué mi situación y salimos en busca de la noticia. A pesar que en todo momento se mostraron prestos a responder mis preguntas, y que mi presencia no afectaba en demasía su trabajo, sí pude notar cierto desconcierto. Felizmente, conforme se hizo cotidiana mi presencia entre ellos, me acogieron como un reportero más. Nos encontrábamos en la DIRINCRI. Luego, si había algún caso a seguir fuera de ese lugar (y si había móvil disponible) nos dirigíamos hacia el lugar rico en datos. Los reporteros de otros diarios me preguntaban a menudo “¿Tú de qué medio eres?”. Al comienzo trataba de explicarles, pero luego ya solo respondía “del chino”. Ya en el campo me fue un poco complicado acostumbrarme a mantener la atención en los que registraban los hechos y no en los hechos mismos que los reporteros registraban. Poco a poco se me dio el hábito de observar a los reporteros y su trabajo.

Seguimos varios casos en un par de semanas. El más espectacular fue un joven de La Perla quien había sido baleado a quemarropa por la espalda desde un carro en movimiento por su mejor amigo (según su madre) mientras jugaba fulbito en la cancha de su barrio. Fue el primer velorio al que asistía. El encuentro cara a cara con el sufrimiento ajeno fue duro de afrontar. Te paraliza. Más aún si ves la indolencia de los reporteros que interrogan sin cesar a una desconsolada madre que llora pidiendo justicia. Al final, no le dieron ni las gracias. Nos fuimos, la nota salió al día siguiente, y dudo mucho que la policía haya encontrado al sospechoso.

A la semana siguiente, en la DIRINCRI, se presentó un señor con la foto de su hija en manos exigiendo a la policía lo ayuden a encontrarla. Se trataba de Ruth Thalia Sayas, joven estudiante que días antes a su desaparición había participado en un conocido programa de televisión en el cual se ventiló su vida privada. El padre ya sospechaba del asesino. La policía también ya que la última vez que había sido vista estaba con él. Poco después apareció el cadáver de la joven enterrado en un descampado por donde vivía el asesino. Se trataba de su ex pareja, quien también había participado en dicho programa. El caso conmocionó a la opinión pública y se armó un revuelo mediático tremendo. Prensa de todo tipo pululaba la sede de la DIRINCRI en busca de declaraciones o imágenes del culpable detenido. Fue en el tratamiento de este caso que pude observar con detenimiento el sistema de intercambios y reciprocidad que existe entre los periodistas de distintos medios. Esto me sorprendió de sobremanera ya que yo esperaba encontrar un ambiente de competencia muy cerrado. Es cierto que la competencia existe en tanto todos buscan conseguir datos que otros no tienen, pero el compañerismo que vi durante este caso fue muy ilustrador. Pude ver también cómo se iba filtrando información desde adentro de la sede y lo importante que era contar con contactos dentro de la policía.

Para el cierre del ciclo había acompañado el recorrido de recojo de información por la ciudad de un aproximado de 10 casos, había entrevistado a algunos productores, y había hecho observación de la sala de redacción. Adicionalmente, contaba con la publicación de las noticias de los casos que había venido siguiendo. Podía ver la noticia *desde adentro*.

Para el 2013-1 decidí hacer el seguimiento de otro diario popular: el “Ojo”. Mi inserción en este ambiente laboral se dio de la misma forma y fue igual de complicada. Finalmente, pude entrar a la base de redacción y conversé con el director y me presentó a los redactores. Lo que más me sorprendió fue la infraestructura, el despliegue logístico y técnico con los que contaba este diario, a diferencia del anterior. Por ejemplo, el “ojo” sí contaba con móviles disponibles las

24 horas del día para cubrir cualquier muerte que se presente en la ciudad. De cualquier forma, salí a seguir el recorrido diario con estos nuevos productores. Fue grato encontrarme con la misma redactora que había seguido en el “chino”, Joana, quien ahora trabajaba en este diario.

Tuve la suerte de encontrar un caso muy sonado en mi primera salida. Otra joven había sido asesinada por su médico luego de haber sido violada, quemada y enterrada. Nos tocaba cubrir el entierro. Fue bastante dramático ver a los familiares exigiendo justicia a viva voz. Parecía que todo el sufrimiento se exagerara para la prensa. Pero, a estas alturas, yo ya podía convivir con el sufrimiento ajeno.

Decidí seguir el turno madrugada, puesto que en esta hora se producen la mayor cantidad de muertes. Salimos raudos desde la base de redacción hacia la Panamericana Norte porque había un accidente de tránsito. Un bus había chocado contra una camioneta que trataba de cruzar la carretera. El resultado fue un fallecido. El cuerpo inerte del hombre yacía tieso a un lado de la pista. Su rostro estaba cubierto por una bolsa negra, y varios medios ya estaban en el lugar. Decenas de transeúntes detenidos observaban la situación, y algunos testigos daban sus declaraciones sobre lo ocurrido. De pronto apareció un joven y destapó el cadáver. Era su hijo quien no podía conciliar lo que veía. “Ayer estuve con él”, le dijo a su tío. El llanto y desconsuelo reinaron durante varios minutos. Las cámaras filmaban todo hasta que el joven se paró y exigió que apaguen las cámaras. Los transeúntes se unieron al reclamo que fue acatado de inmediato. “Es cosa de todos los días”, me decía el redactor.

Situaciones fuertes como esta no fueron fáciles de observar pero me sirvieron mucho para entender el trabajo cotidiano de estos centinelas de la muerte. Pero, sin duda, el momento más desgarrador que viví ocurrió casi al final de mi investigación. Entré al archivo del diario “ojo” para buscar portadas de los años 90s para dar cuenta del cambio en la presentación. Inconscientemente le pedí al encargado que me trajera los ejemplares del año 94. Me dio el mes de noviembre, mes en el que mi padre se había quitado la vida. Revisé la edición del día

siguiente de su deceso, y ahí estaba la nota. Se habían equivocado en mi apellido y felizmente no había foto. Pero estaba ahí la nota. Fue como volver en el tiempo a cuando yo tenía 6 años y no entendía realmente que significaba el verbo *morir*. Al terminar de leer la nota, con un nudo en la garganta, me dio curiosidad saber el nombre de la persona que la había redactado. Era Felipe Gamonal, actual editor del “ojo”, a quien yo acababa de entrevistar ese mismo día. Había sido la entrevista más prolongada y fructífera de mi investigación. Coincidencias de la vida.

